



PROVINCIA: FORMOSA

MINISTERIO DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE FORMOSA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**“PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE LA
PROVINCIA DE FORMOSA”**

DOCUMENTO FINAL

BUENOS AIRES, 15 DE SETIEMBRE DE 2013

AUTORES

SILVIA B. MONTOYA - ERNESTO A. O'CONNOR (Coordinadores)

PEDRO FERNANDEZ

JORGE J. BUSQUETS

MARIA FLORENCIA LAVIERO

SERGIO MUZI

NATALIA BEDOYA SAEZ

“Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa”

Documento final

Indice

Glosario.....	4
10.- Elaboración del Documento Final del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia.....	7
10.1.-Introducción.....	7
10.2.- Metodología y objetivos.....	9
10. 3.- Resumen ejecutivo.....	12
10.4.- Contenidos.....	13
10.5.- Descripción de las Líneas Estratégicas, Programas y Proyectos identificados para la puesta en marcha del Plan.....	14
10.5.1. Definición de Programas y Metodologías de Evaluación.....	14

10.5.2. La visión 2022.....	15
10.5.3. Objetivos.....	17
10.5.4. Ejes estratégicos.....	19
10.5.5. Programas y Proyectos.....	23
10.6.- Identificación de los proyectos motores y los prioritarios.....	25
10.6.1. Metodología de Evaluación.....	25
10.6.2. Matriz de Proyectos.....	27
10.6.3. Los siete proyectos motores.....	44
10.6.3.1. Proyecto Motor 1: Campaña masiva de publicidad.....	46
10.6.3.2. Proyecto Motor 2: “Folleto unificador” de atractivos, circuitos y servicios turísticos.....	47
10.6.3.3. Proyecto Motor 3: Plan de Marketing de la Provincia de Formosa....	48
10.6.3.4. Proyecto Motor 4: Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur.....	80
10.6.3.5. Proyecto Motor 5. Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Parque Nacional Río Pilcomayo. Destacamentos Laguna Blanca y Estero Poí	82
10.6.3.6. Proyecto Motor 6: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Bañado La Estrella.....	84
10.6.3.7. Proyecto Motor 7: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca.....	86

10.6.4. Listado de 30 proyectos complementarios.....	87
10.6.5. Listado de 104 proyectos restantes.....	89
10.7.- Agenda de ejecución de los proyectos identificados.....	93
10.8.- Diseño del Modelo de Gestión para la aplicación del Plan.....	96
10.8.1. Introducción.....	96
10.8.2. La Planificación para la Gestión.....	97
10.8.3. Gestión de la Implementación.....	98
10.8.4. Gestión del Monitoreo.....	101
10.8.5. Gestión del Ajuste para la Mejora Continua.....	105
10.9.- Autores y actores involucrados en el proceso de planificación.....	105
10.9.1. Actores públicos y privados.....	105
10.9.2. Propuesta para la constitución de un Consejo Asesor.....	107
10.9. 3. Propuesta de Implementación de un Observatorio Turístico.....	111
10.10.- Informe de adaptación del marco jurídico.....	116
10.10.1. Algunos aspectos a incluir en un futuro marco regulatorio.....	116
10.10.2. Legislación relacionada con los proyectos motores.....	118

Referencias bibliográficas.....	121
Anexos.....	125
Anexo 1. Notas del sr. Ministro de Turismo de la Provincia de Formosa.....	125
Anexo 2: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Oferta Turística Actual...127	
Anexo 3: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Demanda Actual.....	348
Anexo 4: Identificación de la Demanda Potencial.....	378
Anexo 5: Elaboración del Diagnóstico de Opinión.....	395
Anexo 6: Marco Regulatorio Legal del Turismo.....	420

GLOSARIO

APN	Administración de Parques Nacionales
CAT	Cámara Argentina de Turismo
CNPyV	Censo Nacional de Población y Vivienda
Co.De. Tur.	Corporación de Desarrollo Turístico
DNCFP	Dirección Nacional de Coordinación Fiscal con Provincias
EOH	Encuesta de Ocupación Hotelera
EIT	Encuesta Internacional de Turismo
INDEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
MECON	Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
PBG	Producto Bruto Geográfico
PFETS	Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Nación
PETSF	Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa
PIB	Producto Interno Bruto
PNRP	Parque Nacional Río Pilcomayo
SIPA	Sistema Integrado Previsional Argentino

**“Plan Estratégico de Turismo Sustentable
de la Provincia de Formosa”**

Documento final

10.- Elaboración del Documento Final del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia

10.1.-Introducción

Este estudio ha sido realizado en el marco del proyecto de “Plan Estratégico de Turismo Sustentable e la Provincia de Formosa”, solicitado por el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa, bajo la asistencia del Consejo Federal de Inversiones.

El presente informe ha sido coordinado por la Dra. en Economía Silvia Montoya y por el Dr. en Economía y Especialista en Desarrollo Regional Ernesto A. O’Connor. Participaron del equipo de trabajo el Arq. Mgr. en Desarrollo Sustentable y Planificación Urbana Pedro Fernández, el Lic. en Turismo Jorge J. Busquets, y la asistente estudiante de Lic. en Turismo María Florencia Laviero. El marco legal del sector ha sido realizado por el Dr. Sergio Muzi y la Dra. Natalia Bedoya Sáez.

Se agradece al Gobierno de la Provincia de Formosa, en la persona de su Gobernador, Dr. Gildo Insfrán, por haber impulsado este estudio, y muy sobremanera, al Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa, en las personas del Ministro Dr. Alberto Areco y la Directora de Promoción Turística Silvia Piermarini,

junto a todo el equipo de trabajo del Ministerio, por la amplia colaboración brindada para la realización de este trabajo, y en especial por el soporte logístico para la realización de los distintos viajes que permitieron a este equipo consultor conocer a la provincia, a su gente y a la realidad del turismo por dentro.

Asimismo, se agradece a diversos integrantes del Sector Público Provincial, organismos oficiales y de seguridad de la provincia, subsecretarios de Cultura y de Deportes, como así también a diversos integrantes del sector turismo privado, la colaboración otorgada.

En cuanto a los contenidos del trabajo, se ha realizado el mayor relevamiento posible en la provincia, con lo cual, cualquier información incompleta o parcial, ha sido involuntaria y es de responsabilidad de los autores del trabajo.

Finalmente, se agradece al área de Turismo del Consejo Federal de Inversiones por el acompañamiento para la gestión de este trabajo.

Justificaciones y contenidos

Como es sabido, el turismo se ha posicionado como una de las actividades más dinámicas de la economía mundial y de la Argentina, pues promueve el desarrollo económico, social y humano, generando empleo de mano de obra local e importantes fuentes de ingresos a nivel provincial y local.

En el marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y bajo los lineamientos del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, el turismo se ha posicionado como una Política de Estado en la Argentina.

Esta actividad tiene todas las condiciones para ser considerada motor de la economía, el empleo y el desarrollo, en aquellas regiones con importantes atractivos naturales y culturales. La provincia de Formosa es sin dudas uno de estos casos, pues cuenta con una oferta turística de distinción, entre la que se destacan una de las tres reservas ecológicas más importantes de Sudamérica, como el Bañado La Estrella, un Parque Nacional como el P.N. Río Pilcomayo, entre otras presentes en

el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas de la Región Litoral del PFETS. Todo esto viene siendo posible debido al reciente desarrollo de la infraestructura por parte del gobierno provincial que ha potenciado la conectividad y la accesibilidad a nuevos atractivos turísticos para la población argentina y mundial.

Así, la provincia de Formosa considera que el turismo constituye una actividad económica clave para el desarrollo de la provincia, a partir de una gran riqueza natural y cultural.

Por eso se hace necesario por un lado, fijar lineamientos y objetivos a través de una estrategia de desarrollo turístico adecuada, que contenga una visión a largo plazo, y por otro, la elaboración de un documento marco que guíe el desarrollo de las políticas públicas para el sector, contemplando la acción conjunta, coordinada, consensuada y comprometida entre todos los actores involucrados.

En razón de lo señalado se presenta este informe final referido al Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa, con el fin de ofrecer propuestas e instrumentos para potenciar el incipiente desarrollo turístico formoseño, y con el objetivo de lograr un desarrollo sustentable en la provincia, con inclusión con equidad para los habitantes de Formosa.

10.2.- Metodología y objetivos

Metodología

La metodología implementada para la realización de este informe final consistió en la realización de tres informes parciales, de contenidos diversos, y cuyos aportes se encuentran plenamente integrados a este informe final.

En el primer informe parcial se presentaron los análisis de la oferta y demanda turística de la provincia, en diciembre de 2012. En el capítulo 1 de ese informe se presentó un relevamiento, análisis y diagnóstico de la oferta turística actual de la provincia de Formosa, realizado luego de que este equipo consultor recorriera toda la geografía turística relevante de la provincia. El análisis permitió definir los recursos turísticos existentes, así como también sus oportunidades, atractivos y servicios vinculados al turismo. Para ello se trabajó sobre las siguientes cuestiones: Alojamiento, Conectividad y Transporte, Productos Turísticos, Comercialización y Recursos Naturales. Este capítulo forma parte del Anexo 2 de este informe final.

El capítulo 2 se ocupó del relevamiento, análisis y diagnóstico de la demanda turística actual. En este apartado se analizó la demanda actual de turismo de la provincia de Formosa teniendo en cuenta los criterios de volumen, perfil y comportamiento de la demanda de turismo. Se han considerado datos disponibles de turismo, económicos y poblacionales, de diversas fuentes. El objetivo de este capítulo fue lograr una adecuada identificación de la demanda actual de turismo en la provincia, a partir de una caracterización de los visitantes, y de una estimación de la contribución económica del turismo. Este capítulo forma parte del Anexo 3 de este informe final.

El capítulo 3 analizó el Marco Legal Regulatorio del turismo en la provincia, organizado de la siguiente manera. Primero se revisó la legislación actual en la provincia, con el objeto de identificar potencialidades y restricciones que intervienen en la sustentabilidad del turismo, a fin de proponer los aspectos legales a considerar a la hora de concretar posibles circuitos, rutas, sendas, actividades u otras formas de estructuración de ofertas. Luego se analizaron las leyes existentes destinadas al fomento de la actividad turística tanto a nivel nacional como regional. Por último, se presentan aspectos que deberían ser incluidos en un marco regulatorio para una inversión responsable, que fomente y articule las inversiones con una marcada presencia de los temas de preservación y sustentabilidad de los recursos y respeto por los derechos de los turistas y de la comunidad local. Estas cuestiones son presentadas en el capítulo 10.10.- Informe de adaptación del marco jurídico.

El segundo informe parcial entregado en abril de 2013 se ocupó de diagnosticar demanda y oferta turística, para luego poder presentar los programas y propuestas

del Plan estratégico. En el capítulo 4 se ha profundizado la identificación de la Demanda Potencial del turismo en la provincia. Para ello, se realizaron dos focus groups: uno en la Ciudad de Buenos Aires y otro en la Ciudad de Córdoba. En el capítulo 6 se ha realizado el Diagnóstico de Opinión, que se basó en la realización de cuatro talleres participativos coordinados por este equipo consultor en las ciudades de Formosa, Pirané, Las Lomitas y Laguna Blanca. Ambos temas, demanda y oferta, integran los anexos 4 y 5 de este informe final.

Finalmente, en el capítulo 6 del Informe Parcial 2 se presentó la Definición de Programas y Metodología de Evaluación, partiendo de una propuesta del perfil turístico de Formosa (2012-2022). Se partió de una visión 2022, se establecen propuestas de lineamientos o ejes estratégicos, se plantearon los Programas Generales, y por último se presentaron los proyectos propuestos para el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2020 de la provincia, ordenados de modo de generar siete proyectos motores, que tendrían el rol de dinamizar el turismo en la provincia.

El tercer informe parcial, entregado en junio de 2013, constó del capítulo 7, donde se presentaron los lineamientos de un plan sugerido integral de marketing. En el siguiente capítulo, se realizó la propuesta de implementación de un Observatorio Turístico, encargado entre otras tareas de la implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas. Finalmente, en el capítulo 9, se realizó la propuesta para la constitución de un Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa.

Este informe final del “Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa”, solicitado por el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa, bajo la asistencia del Consejo Federal de Inversiones, presenta como capítulo 10 la elaboración del Documento Final del Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Formosa.

Objetivos del trabajo

El trabajo tiene como objetivo la elaboración de un plan que, como marco general, se constituya en la herramienta de aplicación para la gestión provincial

que debe dar respuesta a los temas de desarrollo turístico, teniendo como eje primordial la sustentabilidad tanto de los recursos como así también de la actividad turística.

PLAN → HERRAMIENTA DE GESTION PROVINCIAL → DESARROLLO TURISTICO

Los objetivos específicos de este trabajo son elaborar un plan con especial énfasis en la función social del turismo que respete las particularidades de la provincia y sus habitantes. Luego, potenciar las cadenas de desarrollo económico identificando una estructura organizacional adecuada para el sector, optimizando el funcionamiento de las organizaciones ya existentes. Finalmente, elaborar un plan participativo, con aplicabilidad coordinada entre todos los actores de la comunidad.

10.3.- Resumen ejecutivo

Este trabajo denominado Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa pretende ser un aporte al incipiente desarrollo turístico en la provincia.

El potencial provincial en materia de recursos naturales y culturales es enorme, siendo muy relevantes las posibilidades económicas y sociales que turismo puede generar en la provincia, para mejorar la calidad de vida de todos los formoseños.

De este modo, luego de conocer en detalle los atractivos de la provincia, se sugiere, como cursos de acción, la implementación de siete proyectos motores que tendrían la facultad central de dinamizar la actividad. Se trata de los siguientes:

- 1) Campaña masiva de publicidad
- 2) “Folleto unificador” de atractivos, circuitos y servicios turísticos

- 3) Plan de Marketing de la Provincia de Formosa
- 4) Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur.
- 5) Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Parque Nacional Río Pilcomayo. Destacamentos Laguna Blanca y Estero Poí
- 6) Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Bañado La Estrella
- 7) Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca

En total se sugieren 140 proyectos turísticos, contemplando toda la territorialidad de la provincia.

Para lograrlo, se han propuesto lineamientos y objetivos a través de una estrategia de desarrollo turístico integrada, que contiene una visión a largo plazo. Se sugieren políticas públicas para el sector, contemplando la acción conjunta, coordinada, consensuada y comprometida entre todos los actores involucrados, tanto del sector público en los distintos niveles de participación, como del sector privado.

El objetivo final es promover el desarrollo económico y humano en Formosa, para lo cual creemos que el turismo es un instrumento relevante a considerar.

10.4.- Contenidos

Este informe final está organizado del siguiente modo. Ante todo, en el punto 10.5 se realiza la descripción de las líneas estratégicas, programas y proyectos identificados para la puesta en marcha del Plan. Se presenta la visión 2022 del turismo en la provincia, junto a los objetivos y ejes estratégicos. Luego se presentan los programas propuestos y la totalidad de los proyectos de transformación turística de la provincia. El apartado 10.6. presenta la identificación de los proyectos motores y los prioritarios. De esto se pasa, en el capítulo 10.7., a la agenda temporal de

ejecución de los proyectos identificados. El capítulo 10.8 propone un diseño del Modelo de Gestión para la aplicación del Plan, con aspectos institucionales y de marketing. En el apartado 10.9 se propone una serie de autores y actores involucrados en el proceso de planificación del turismo en la provincia para la próxima década, entre los que se destacan el Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa y la constitución del Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa. El informe de adaptación del marco jurídico, capítulo 10.10, resalta los aspectos centrales a tener en cuenta a la hora de rediseñar el marco legal regulatorio de la actividad en la provincia.

A las referencias bibliográficas le siguen los anexos, a saber: Anexo 1. Notas del sr. Ministro de Turismo de la Provincia de Formosa, Anexo 2: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Oferta Turística Actual, Anexo 3: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Demanda Actual, Anexo 4: Identificación de la Demanda Potencial, Anexo 5: Elaboración del Diagnóstico de Opinión.

10.5. Descripción de las Líneas Estratégicas, Programas y Proyectos identificados para la puesta en marcha del Plan

10.5.1. Definición de Programas y Metodología de Evaluación

En este apartado se presentan los lineamientos o ejes estratégicos para el desarrollo turístico de la provincia de Formosa, pensando en una propuesta del perfil turístico provincial para la próxima década (2012-2022), y se especifican los ejes estratégicos a seguir durante esos diez años para la concreción del proyecto planteado.

En función del diagnóstico propio y del surgido a partir de los talleres y los focus groups realizados en las etapas previas de este estudio, y expresados en los anexos de este trabajo, se presentan la visión 2022, objetivos, ejes estratégicos, programas y proyectos para el desarrollo turístico de la provincia de Formosa.

Se presenta cada uno de los programas que integrarán el Plan Estratégico, detallando enfoques, ejes temáticos, objetivos, cronograma, forma de

implementación, aportes de los distintos actores que estén involucrados, responsables de su ejecución, métodos e instrumentos de evaluación y control de cada uno de ellos, a cuyo fin se define cómo se medirán los objetivos de cada programa, desarrollando para ello los índices e indicadores que sean necesarios para su evaluación.

Finalmente, en función de los resultados se identifican 6 proyectos prioritarios (proyectos motores) y 30 proyectos potenciales de desarrollo turístico para la provincia de Formosa.

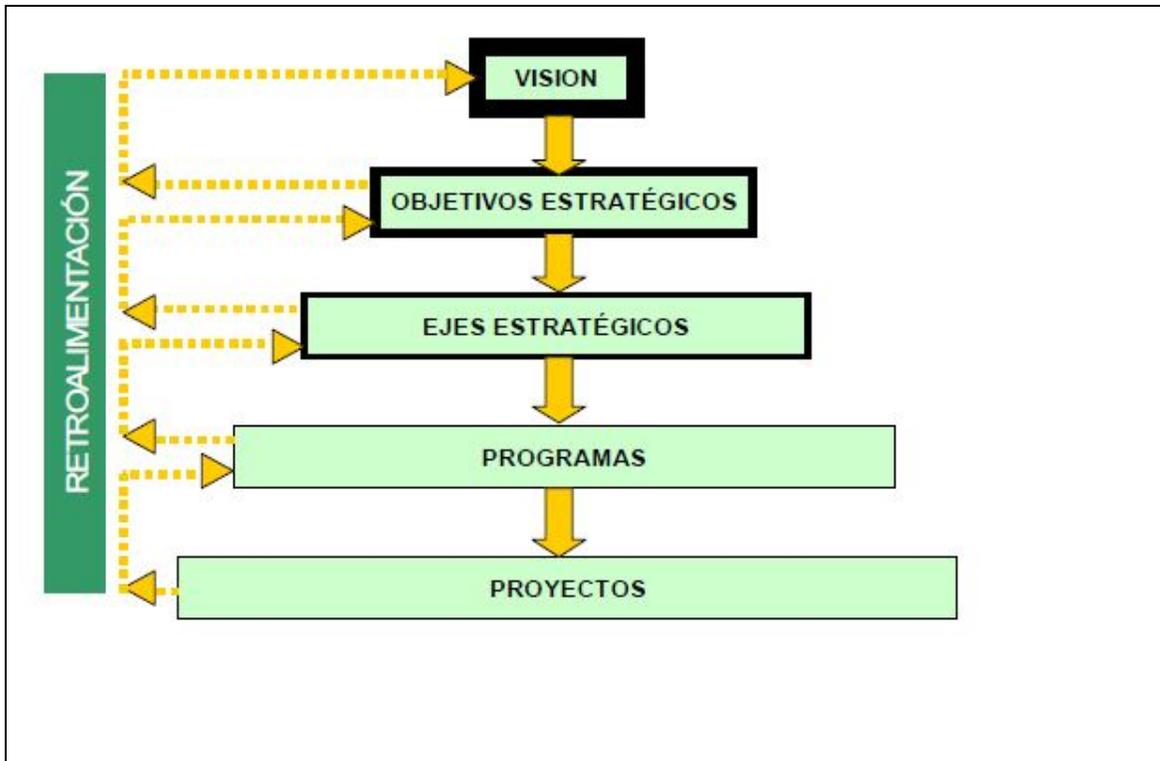
10.5.2. La Visión 2022

Tal como lo indica la denominación de este proyecto, el objetivo es delinear el Modelo de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa, aspecto íntimamente ligado con la visión hacia el año 2022 del Plan Estratégico, entendida como la definición conceptual del más alto nivel y eje rector de las acciones que se desprenden de él.

Las premisas que surgieron de los intereses de los distintos actores del sector y que posteriormente se tradujeron en lineamientos de trabajo permitieron elaborar los ejes o lineamientos estratégicos, que permiten enmarcar los programas y proyectos que posteriormente se proponen.

En el siguiente diagrama se aprecia el esquema de análisis, que parte de la visión, de la cual se devienen los objetivos estratégicos, a lo cual se definen los ejes estratégicos. Luego se pasa a los programas y proyectos, en un proceso de retroalimentación permanente.

Modelo de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa



Las instancias participativas realizadas, sean los cinco talleres en ciudades de la provincia de Formosa, como los estudios de demanda con metodología de focus group demostraron un importante campo de percepciones y objetivos comunes, compatibilizables entre los distintos colectivos sociales consultados, de modo de confluir en un desarrollo turístico de Formosa de mayor alcance.

Estos aspectos de interés común y potencial acuerdo, que pueden percibirse a través de las transcripciones y análisis realizados por este equipo de consultores en los informes de avance previos de este trabajo, constituyen el núcleo duro sobre el cual se sustentarán las propuestas derivadas de este proyecto.

A partir de una compleja tarea de síntesis que implica la redacción de la visión 2022 del Plan Estratégico, se transcriben a continuación los enunciados centrales de lo que este equipo consultor considera componentes básicos de esa concepción compartida por la sociedad formoseña respecto a su territorio y a la actividad

turística, y que se asumen como elementos de la Visión 2022 de Turismo de la provincia de Formosa.

- La provincia de Formosa puede constituirse en un caso modelo de destino turístico sustentable, por la preservación y aprovechamiento de sus invaluables recursos naturales y culturales.
- La marca “Imperio de Verde” debe ser reconocida por este aspecto.
- Formosa debe orientar sus objetivos a constituirse en uno de los principales destinos turísticos del Norte Argentino y un destino de primer orden a nivel nacional, destacándose por la calidad y gestión de sus recursos y por la sustentabilidad de su desarrollo urbano y territorial.
- Formosa debe lograr, mediante la articulación de todos sus actores sociales, el pleno desarrollo de su potencial turístico, compatible con la preservación de su calidad ambiental y paisajística y con el fortalecimiento de su rica y diversa identidad cultural.
- Formosa debe articular sus esfuerzos como sociedad para ser reconocida como Reserva de Biosfera y/o Patrimonio Natural y Cultural de la Humanidad, considerando aquellos aspectos únicos e irrepetibles de su historia y su entorno geográfico.

Este “deber ser” que se explicita en los enunciados precedentes, involucra tanto la puesta en un plano consciente de las múltiples potencialidades y oportunidades hasta ahora no aprovechadas o aprovechadas parcialmente, como la decisión que el conjunto de la sociedad formoseña debe adoptar para reorientar las actuales tendencias hacia ese destino superador que su naturaleza y sus atractivos culturales le permiten soñar.

10.5.3. Objetivos

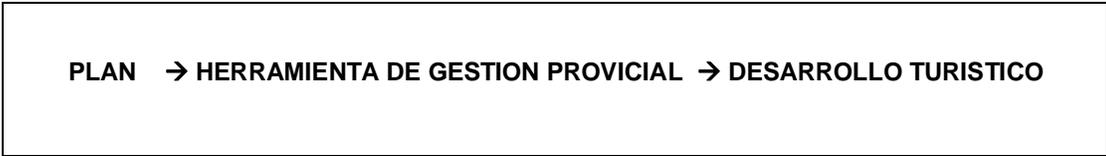
Objetivos estratégicos

El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa se base en una serie de objetivos generales y específicos, que se detallan a continuación.

Objetivo General

El trabajo tiene como objetivo la elaboración de un plan que, como marco general, se constituya en la herramienta de aplicación para la gestión provincial que debe dar respuesta a los temas de desarrollo turístico, teniendo como eje primordial la sustentabilidad tanto de los recursos como así también de la actividad turística.

Se busca el objetivo de delinear el Modelo de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa, aspecto íntimamente ligado con la VISIÓN del Plan Estratégico, entendida como la definición conceptual del más alto nivel y eje rector de las acciones que se desprenden de él.



Objetivos Específicos:

- Elaborar un plan que permita que la provincia de Formosa se transforme en un destino turístico destacado dentro del país.
- Elaborar un plan con especial énfasis en la función social del turismo que respete las particularidades de la provincia y sus habitantes.
- Potenciar las cadenas de desarrollo económico identificando una estructura organizacional adecuada para el sector, optimizando el funcionamiento de las organizaciones ya existentes.

- Elaborar un plan participativo, con aplicabilidad coordinada entre todos los actores de la comunidad.
- Elaborar un plan que sea sustentable en materia ambiental, social, comunitaria y cultural, respetando todas las identidades culturales existentes en la provincia.

10.5.4. Ejes estratégicos

Luego de considerar la información relevada, los resultados de los estudios de demanda e instancias participativas, este equipo de consultores ha considerado que los ejes estratégicos del desarrollo del turismo de la provincia de Formosa pasan para el período 2013-2022 por los siguientes nueve aspectos.

<u>Ejes estratégicos del Plan Estratégico de Turismo sustentable de la Provincia de Formosa</u>
1. Desarrollo de la demanda turística actual y potencial
2. Desarrollo y competitividad de la oferta turística actual y potencial
3. Fortalecimiento del rol turístico del sector público local
4. Inversiones, infraestructura turística y servicios básicos para el turista
5. Ordenamiento territorial y urbano
6. Marketing del destino: plan de marketing turístico
7. Desarrollo de RR.HH. y de capital humano
8. Inclusión social a través de un turismo sustentable
9. Preservación de los recursos turísticos naturales y culturales

1. Desarrollo de la demanda turística actual y potencial

Evidentemente, la provincia de Formosa como destino turístico se encuentra en una etapa inicial y de desarrollo incipiente. Los volúmenes de turistas visitantes anualmente la provincia, en el orden de 170.000 personas, a un promedio de 14.000

por mes, indica que el turismo se encuentra en una fase de desarrollo experimental y promisorio.

La potencialidad de la demanda es muy superior al nivel actual de demanda turística, tal ha surgido de los focus group realizados. La comparación con la demanda turística existente en el resto del NEA otorga a Formosa un potencial inicial relevante.

Surge que consolidar y estimular el desarrollo de la demanda turística actual en función de la demanda potencial estimada es imprescindible para aprovechar las ventajas que brinda Formosa como nuevo destino natural y placentero.

Para ello será imprescindible desarrollar la marca Formosa.

2. Desarrollo de la oferta turística actual y potencial. Competitividad del sector turístico privado

Una de las debilidades de la provincia de Formosa como destino turístico es el escaso desarrollo de su oferta turística, por lo cual es imprescindible otorgar a sus innumerables y valiosos atractivos naturales y culturales el valor agregado que les permita convertirse en “productos turísticos”. Es decir, se requiere garantizar su accesibilidad, la disponibilidad de servicios de soporte, y el desarrollo de actividades, circuitos y excursiones que faciliten la vivencia turística y el contacto con tales atractivos.

Es imprescindible, por otra parte y en paralelo a lo anterior, crear los canales de difusión y comercialización que conecten a esos productos turísticos con la demanda potencial.

Este proceso requiere de una profunda y vigorosa articulación entre el sector público y privado, y de una clara priorización de los componentes de la oferta a desarrollar, direccionando los proyectos e inversiones a aquellos atractivos dotados de un

carácter diferencial y con mayores potencialidades de generar un efecto multiplicador en la oferta.

Se trata, entonces, de construir una oferta turística con identidad propia, basada en la diversidad y autenticidad de los recursos disponibles.

3. Fortalecimiento del rol turístico del sector público local

El rol del sector público provincial ha sido decisivo en los últimos años para consolidar la infraestructura para el turismo. En adelante, el fortalecimiento institucional del Ministerio de turismo, por su rol en el desarrollo turístico, es clave, pues la demanda será cada vez mayor.

Se debe trabajar por una mejor gestión integral público-privada del destino, a partir de la gestión pública, ejecutando planes, programas y proyectos capaces de generar un desarrollo turístico sustentable e incrementando la calidad de acción estatal.

4. Inversiones, infraestructura turística y servicios básicos para el turista

El impulso de las inversiones públicas y privadas para el mejoramiento de las condiciones del residente y el turista son aspectos decisivos en la consolidación del destino.

Si bien se reconoce el gran trabajo del Estado provincial en el mejoramiento de la infraestructura, se advierte la necesidad de mayores inversiones del sector privado.

Los servicios básicos y equipamiento para el turista también deben mejorar, para igualar a los de otros destinos destacados del país.

5. Ordenamiento territorial y urbano

El rol del sector público provincial viene siendo relevante en cuanto al ordenamiento territorial en la provincia (existe ley respectiva) y en cuanto al desarrollo urbano, visible en la mayoría de las ciudades.

Con todo, aspectos como la señalización turística debe mejorar las condiciones orientativas e informativas del visitante, tanto en el ingreso como en el desplazamiento dentro del territorio provincial, ampliando el concepto de seguridad turística.

Los usos del suelo urbano, suburbano e interurbano, el manejo de áreas naturales, áreas de equipamiento turístico, áreas residenciales y comerciales también deben ser objeto de planificación.

Las interfases - concepto tomado de la ecología y que expresa el punto de contacto entre dos o más ecosistemas distintos, y donde se expresan con mayor vigor los conflictos y contradicciones entre ellos – especialmente con los ríos, deben ser tenidas en cuenta.

6. Marketing del destino: plan de marketing turístico

Este trabajo ha incluido la elaboración de un plan sugerido de comercialización de la oferta turística provincial, con acciones de promoción y marketing referidas a los programas de identidad turística, material de soporte promocional, comunicación con la prensa y el consumidor final.

7. Desarrollo de RR.HH. y de capital humano

El fortalecimiento de los RR.HH. formoseños para el desarrollo del turismo resulta imprescindible, como en todos los casos en los que el turismo es incipiente pero con alto potencial. Se debe pasar a un enfoque de desarrollo de capital humano orientado a prestar servicios de alta calidad en todo el territorio turístico provincial.

La concientización y capacitación turística comunitaria y empresarial, coordinada e impulsada por el espacio gubernamental, deberá estar basada en el fortalecimiento de la actividad, generando un mayor compromiso de los distintos actores del turismo y fomentando la mejora continua en la prestación de los servicios.

8. Inclusión social a través de un turismo sustentable

El desarrollo del turismo debe ser inclusivo y no exclusivo, es decir, debe promover el bienestar y la equidad para todos los integrantes de la sociedad de Formosa. En este sentido, aspectos como los nuevos puestos de trabajo, los mayores salarios, el respecto por la identidad y recursos de las comunidades aborígenes y su genuino desarrollo a partir del turismo deben ser considerados.

9. Preservación de los recursos turísticos naturales y culturales

El desarrollo y fortalecimiento de productos turísticos, valorizando los recursos naturales y culturales de la provincia, la calidad en la prestación de los servicios y generando instrumentos claros para el uso y aprovechamiento del patrimonio son elementos centrales a la hora de considerar la preservación de los recursos turísticos naturales y culturales, como así también los étnicos.

10.5.5. Programas y Proyectos

A los fines de la instrumentación operativa de los Ejes Estratégicos descriptos en este capítulo, se detallan a continuación los Programas que compondrán esos Ejes Estratégicos, muchos de los cuales tienen un carácter transversal, por pertenencia compartida o por relación estrecha con más de uno de los Ejes. Para graficar esta estructura del Plan Estratégico, se presenta la Matriz de Ejes Estratégicos y Programas.

En las celdas se presentan en color verde los programas pertenecientes directamente a un eje estratégico determinado, y en color amarillo los programas relacionados al eje estratégico. Así, los 16 programas son relacionados con los 9 ejes estratégicos. Los proyectos integrantes del Plan Estratégico de Turismo Sustentable surgen luego de cada programa.

Matriz de Ejes Estratégicos y Programas

Ejes estratégicos y programas

N°	Programas	Ejes Estratégicos								
		E1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial	E2 - Desarrollo Sostenible de la Oferta Turística Actual y Potencial	E3 - Fortalecimiento del rol turístico del sector público local	E4 - Inversiones, Infraestructura Turística y Servicios Básicos para el Turismo	E5 - Ordenamiento territorial y Urbano	E6 - Marketing del Destino - Planes Marketing Turístico	E7 - Desarrollo de RRH y Capital Humano	E8 - Inclusión Social a través de un Turismo Sustentable	E9 - Preservación de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales
1.	Investigación y Desarrollo de la Demanda	Verde	Verde				Verde			
2.	Desarrollo de Segmentos y Productos Turísticos	Verde	Verde				Verde			
3.	Eventos Turísticos	Verde	Verde				Verde			
4.	Gestión de Calidad y Excelencia			Verde				Verde		
5.	Fortalecimiento Institucional del Min. Tur.			Verde						
6.	Asociatividad Turística			Verde						
7.	Regulación de la Actividad Turística			Verde						
8.	Infraestructura y Planta Turística			Verde						
9.	Señalética Turística			Verde						
10.	Hotelería y Gastronomía			Verde						
11.	Financiamiento de Inversiones Turísticas			Verde						
12.	Planificación y Gestión Territorial, Urbana y Ambiental			Verde						
13.	Marca Formosa			Verde						
14.	Marketing, Comunicación y Comercialización Turística			Verde						
15.	Educación y Formación en Turismo			Verde						
16.	Protección y revalorización del Patrim. Cultural			Verde						

Referencias:
 Programa perteneciente al Eje Estratégico
 Programa relacionado al Eje Estratégico

10.6.- Identificación de los proyectos motores y los prioritarios

A continuación de la matriz de Ejes Estratégicos y Programas se anexan los cuadros con los proyectos, de los cuales fueron seleccionados los proyectos motores.

El total de los proyectos identificados por este equipo consultor se encuentran detallados en los siguientes cuadros. Se trata de 141 proyectos, que son presentados de manera ordenada asociados a cada programa.

10.6.1. Metodología de Evaluación

Estos proyectos han surgido tanto de la observación y análisis del equipo consultor, de los intercambios realizados con el Ministerio de Turismo, y de los resultados de los dos Focus Groups realizados, como así también de los valiosos aportes de los cuatro talleres participativos realizados en Formosa, Pirané, Las Lomitas y Laguna Blanca. Luego, los proyectos son reordenados en base a algunos criterios, con el fin de identificar los proyectos motores.

Desde el punto de vista metodológico, partiendo del esquema de Ejes y Programas, y una vez identificado el total de los 141 proyectos, se introdujo estos proyectos en una matriz de evaluación, asignándoles puntajes ponderados.

La matriz se organizó en base a 8 criterios de evaluación, cada uno con su factor de peso, que afecta la fórmula de promedio. Esos 8 factores están divididos en dos bloques, uno que se refiere a la "aceptabilidad social" (de comunidad, municipios y empresarios turísticos) y otro a los "impactos" (en oferta turística, en demanda turística, en aspectos ambientales, en aspectos territoriales y urbanísticos, más un ítem que evalúa la transversalidad o efecto multiplicador del proyecto o iniciativa).

Aceptabilidad Social:

1. Acuerdo / Interés de la Comunidad Local
2. Acuerdo / Interés de los Empresarios Turísticos
3. Acuerdo / Interés del Sector Público/ municipios locales

Impactos:

4. Impactos en Oferta Turística
5. Impactos en Demanda Turística Actual
6. Transversalidad y efecto multiplicador
7. Impactos Ambientales

8. Impactos Urbanístico-territoriales

Cada uno de estos parámetros tuvo un "factor de peso" asignado diferente a los efectos de la ponderación final de los proyectos. Eso permitió justificar la selección de los proyectos motores y de los 30 complementarios.

En todos los casos, se cargó en cada casillero de cruce entre cada proyecto y cada criterio de evaluación un puntaje de acuerdo a la siguiente escala de aceptabilidad o impactos:

-3 = muy negativo
-2 = negativo
-1 = moderadamente negativo
0 = neutro
+1 = moderadamente positivo
+2 = positivo
+3 = muy positivo

Así, en función de la metodología aplicada se identificaron siete proyectos prioritarios o proyectos motores. Estos proyectos se presentan solamente a modo de propuesta por parte de este estudio de Plan Estratégico. Además de ser eventualmente aprobados y consensuados por las autoridades de la provincia, exigen ser verificados en todos los aspectos que hacen a su realización, cuestión esta que no forma parte de los términos de referencia que ha tenido este grupo consultor. Estos proyectos han sido señalados con el convencimiento de ayudar a direccionar el cambio que se pretende para el turismo en la provincia de Formosa.

10.6.2. Matrices de proyectos

A continuación se presentan las matrices con todos los proyectos, para luego presentar en detalle los proyectos motores.

Matriz de Ejes Estratégicos y Programas

Ejes estratégicos y programas

N°	Programas	Ejes Estratégicos									
		EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial	EE2 - Desarrollo de la Actividad de la Oferta Turística Actual y Potencial	EE3 - Fortalecimiento del rol turístico de los espacios locales	EE4 - Inversiones, Infraestructura Turística y Servicios Básicos para el Turismo	EE5 - Ordenamiento territorial y urbano	EE6 - Marketing del Destino - Plan de Marketing Turístico	EE7 - Desarrollo de RBHH y Capital Humano	EE8 - Inclusión Social a través de un Turismo Sostenible	EE9 - Preservación de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales	
1.	Investigación y Desarrollo de la Demanda	■									
2.	Desarrollo de Segmentos y Productos Turísticos	■									
3.	Eventos Turísticos	■									
4.	Gestión de Calidad y Excelencia		■								
5.	Fortalecimiento Institucional del Min. Tur.			■							
6.	Asociatividad Turística			■							
7.	Regulación de la Actividad Turística			■							
8.	Infraestructura y Planta Turística				■						
9.	Señalética Turística				■						
10.	Hotelesía y Gastronomía				■						
11.	Financiamiento de Inversiones Turísticas				■						
12.	Planificación y Gestión Territorial, Urbana y Ambiental				■						
13.	Marca Formosa					■					
14.	Marketing, Comunicación y Comercialización Turística					■					
15.	Educación y Formación en Turismo						■				
16.	Protección y revalorización del Patrim. Cultural							■			

Referencias
 ■ Programa perteneciente al Eje Estratégico
 ■ Programa relacionado al Eje Estratégico

Matriz de Proyectos y Programas

N°	Proyectos y Acciones	Programas																
		PR1 - I&D de la Demanda	PR2 - Referencia Científica	PR3 - Turismo	PR4 - Turismo	PR5 - Gestión Cultural y Patrimonial	PR6 - Fortalecimiento Institucional del Ministerio	PR7 - Asesoría Técnica	PR8 - Regulación de la Actividad Turística	PR9 - Infraestructura y Planificación	PR10 - Sostenibilidad Turística	PR11 - Hoteles y Alojamiento	PR12 - Flotas Turísticas	PR13 - Participación y Gestión Territorial Urbana y Rural	PR14 - Mercadería	PR15 - Investigación y Cooperación Científica	PR16 - Educación y Promoción Turística	PR17 - Protección y Realización del Patrimonio Cultural
1.	Programa de I&D de la Demanda																	
1.1.	Implementación del Sistema de Información y Estadísticas Turísticas.																	
1.2.	Encuesta anual de satisfacción de visitantes																	
1.3.	Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias.																	
1.4.	Fortalecimiento del Turismo Interno y regional.																	
1.5.	Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.																	
2.	Programa de Productos Turísticos																	
2.1.	Circuito de Ecoturismo "El Imperio del Verde" (PNB, Pilcomayo - Laguna Blanca - Bahado La Estrella).																	
2.2.	Safarí Fotográfico en "El Imperio del Verde"																	
2.3.	Excursión Lacustre Guiada por Bahado La Estrella.																	
2.4.	Excursión Torneo Guiada por Bahado La Estrella (R2B y otras perimetrales).																	
2.5.	Afitejido Aves (R.B. Laguna Oca, Reserva Guayotoc, P.M. Río Pilcomayo, Bo. La Estrella).																	
2.6.	Ruta de los Artesanos Aborígenes																	
2.7.	Crucero Turístico Formosa - Asunción (paradas y actividades en Herradura / Formosa /																	
2.8.	Paseo Náutico Formosa y Alrededores																	
2.9.	Excursión Provincial Turismo Aventura Clorinda (R. Río Pilcomayo)																	
2.10.	Compras en Clorinda (excursiones de turismo cultural / natural / compras en Formosa para turistas paraguayos y argentinos).																	

Referencias
 Programa perteneciente al Eje Estratégico
 Programa relacionado al Eje Estratégico

2.11.	Excursión Estero Pol. - PN Río Pilcomayo.																	
2.12.	Safarí Fotográfico y Avistamiento de Aves en Reserva de Biosfera de Laguna Oca.																	
2.13.	Turismo Ético / Viverand en Colonia Aborígen La Primavera.																	
2.14.	Turismo Ético / Viverand en Acantamiento Restomón de las Casas (Pilaje - Bahado La Estrella).																	
2.15.	Turismo Ético / Viverand y Agriturismo en Comunidad Campo del Cielo (Pilaje).																	
2.16.	Turismo Ético en Comunidades Wichis.																	
2.17.	Circuito Turístico Ciudad de Formosa																	
2.18.	Circuito "Viva la Costanera" (Actividades en Ondulante Vieja Formosa).																	
2.19.	Excursión a Reserva Guayotoc.																	
2.20.	Sd. Playa y Pesca en Reserva de Biosfera Laguna Oca																	
2.21.	Circuito Norte (Clorinda, PN Río Pilcomayo, Laguna Blanca)																	
2.22.	Circuito Turístico Sur (Herradura a S. Francisco de Sales - El Colorado)																	
2.23.	Circuito "Trípico de Capicorrio Est" (RNE) Neza (en Comiso) - R2B (Bahado La Estrella).																	
2.24.	Conceptor Turístico de la Administración del NPA (Bahado La Estrella - PN Pilcomayo - Reserva Guayotoc - Reserva de Biosfera Laguna Oca - Reserva del Topa - PN Aguazú)																	
2.25.	Circuito de Turismo Urbano del NEA (Formosa - Resistencia - Corrientes - Posadas).																	
2.26.	Sd. Playa y Pesca en Herradura																	
2.27.	Turismo Rural / Viverand / Cultural en El Colorado																	
2.28.	Excursiones náuticas en El Colorado.																	
2.29.	Circuito de Turismo Religioso en San Francisco del Lago. Creación de Espacio Franciscano Patrimonio																	
2.30.	Excursión al Chaco Central Formosano (Río Formosa, Río Tuquito, Laguna Yema).																	
2.31.	Ruta Turística de la Madera (Pirancy y alrededores).																	

Matriz de Evaluación de los Proyectos y Selección de Proyectos Motores

N°	Proyectos y Acciones	ACEPTABILIDAD SOCIAL			IMPACTOS				Puntaje	Proyectos Motores	
		0,12	0,12	0,12	0,15	0,15	0,09	0,15			0,10
		Comunidades o Locales	Municipios	Sector Empresarial Turístico	de Oferta Turística	En Demanda Turística	Transversalidad y Efecto Multiplicador	Ambientales			Urbanísticos Territoriales
14.1.	Campaña anual masiva e intensiva de publicidad en Córdoba, Buenos Aires y Rosario en el corto plazo. (Semana santa, vacaciones de invierno y en cada fin de semana largo entre los meses de Abril y Octubre).	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50	Proyecto Motor 1
14.3.	Plan de Marketing de la Provincia de Formosa.	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50	Proyecto Motor 2
8.16.	Centro de Interpretación, Complejo Turístico y Sendero Autoguiado del Bahado La Estrella en 9024.	3	3	3	3	2	2	1	2	2,36	Proyecto Motor 6
6.1.	Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur. (Mista Pub. / Priv.)	3	3	3	3	2	3	1	1	2,35	Proyecto Motor 4
8.5.	Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos de PN Rio Pilcomayo en Laguna Blanca - Centro de Interpretación, Alojamiento, Señalética, Informes en RN86, etc.	3	3	3	3	2	2	0	3	2,31	Proyecto Motor 5
8.10.	Puesta en valor integral de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca (Centro de Interpretación, Equipamiento, Accesibilidad, Transporte).	3	3	3	3	2	2	0	3	2,31	Proyecto Motor 7
14.2.	Diseño y creación de un "folleto unificador" de atractivos, circuitos y servicios turísticos de la provincia, en el corto plazo.	3	3	3	2	3	2	1	1	2,26	Proyecto Motor 3
8.6.	Destacamiento del Estero Pozo - Sendero de conexión con Laguna Blanca, enjulado hasta el Rio Pilcomayo, mejoramiento del centro de interpretación de parques y construcción de una conifera.	3	3	3	3	2	1	0	3	2,22	Proyecto Motor 5

2.21.	Círculo Norte (Clorinda, P.N.Río Pilcomayo, Laguna Blanca)	3	2	3	2	2	2	0	3	2,04
3.2.	Fiesta Nacional del Pomelo (Laguna Blanca)	3	3	2	3	2	2	-1	3	2,04
6.2.	Canalización del marketing de Formosa por la Co.De.Tur.	3	3	2	2	2	2	1	1	1,99
2.1.	Círculo de Ecoturismo "El Imperio del Verde" (P.N.R. Pilcomayo - Laguna Blanca - Bañado La Estrella)	3	2	3	3	2	2	-1	2	1,94
14.4.	Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos.	2	0	3	3	3	2	1	1	1,93
3.3.	Fiesta de la Corvina (Herradura)	3	3	2	3	2	2	-2	3	1,89
6.3.	Conformación de equipos técnicos permanentes y semi permanentes para el Marketing del destino.	2	2	2	2	3	1	1	1	1,81
2.17.	Círculo Turístico Ciudad de Formosa	3	2	1	2	2	2	0	3	1,80
8.13.	Desarrollo de Proyecto y Construcción de Complejo Herradura Blanco Oñelado, frente a la Playa). Equipamiento turístico, recreativo.	2	3	1	3	2	2	-1	3	1,80
1.5.	Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.	2	2	2	3	3	2	0	0	1,80
2.22.	Círculo Turístico Sur (Herradura, S.Francisco de Llanah, El Colorado)	3	1	2	3	1	2	0	3	1,80
12.2.	Plan de manejo de áreas protegidas provinciales y municipales.	3	1	1	2	1	1	3	2	1,79
14.6.	Optimización de la página web de turismo de Formosa.	2	0	3	2	3	2	1	1	1,78
14.7.	Presencia en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.	1	1	3	2	3	2	1	1	1,78
2.20.	Sd. Playa y Pesca en Reserva de Biosfera Laguna Dica	3	2	2	2	2	2	-1	3	1,77
5.5.	Servicios de Asistencia Financiera a emprendedores turísticos locales.	3	1	3	3	2	2	0	0	1,77
9.1.	Señalética Turística RN81	2	1	3	2	2	1	1	2	1,76
9.2.	Señalética Turística RN86	2	1	3	2	2	1	1	2	1,76
9.3.	Señalética Turística en RN11	2	1	3	2	2	1	1	2	1,76
1.1.	Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas.	2	2	2	2	3	2	0	1	1,75
12.5.	Manual de Identidad y Diseño del Espacio Público Urbano Formoseño.	2	1	2	2	1	1	2	3	1,74

7.3.	Apoyo a la Implementación del Plan Estratégico de Turismo Sostenible de Herradura.	1	2	2	2	2	2	1	2	1,73
2.18.	Circuitos "Viva la Costanera" (Actividades en Costanera María Fermosa)	3	2	1	2	2	1	0	3	1,71
8.21.	Planificación Urbana - Ambiental y Puesta en Valor del Área Urbana de Clorinda.	3	1	2	1	1	1	2	3	1,71
2.4.	Ecuración Terrestre Guiada por Bañado La Estrella (RP28 y otras perimetrales).	3	2	3	2	2	1	-1	2	1,70
3.1.	Calendario de Eventos Culturales	2	3	1	2	2	2	0	2	1,70
8.22.	Creación de Zona Franca - Free Shop y Centro de Compras en Clorinda (orientado al turismo paraguayo y argentino).	3	1	2	2	2	2	0	2	1,70
8.4.	Pavimentación y mejoras en RP2 (Laguna Blanca - Formosa)	2	2	2	3	1	2	0	2	1,70
13.1.	I&D de la Marca Formosa.	2	1	2	2	3	1	1	1	1,69
1.3.	Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias.	1	2	2	3	3	2	0	0	1,68
4.2.	Sistema de Gestión de Calidad Turística en empresas y prestadores turísticos	1	2	2	3	3	2	0	0	1,68
12.3.	Proyectos de protección y puesta en valor del Patrimonio Natural.	2	1	1	2	1	1	3	2	1,67
6.4.	Desarrollo de centros de información turística unificados (gestión a cargo de la Co. De Tur.)	2	2	2	2	3	1	0	1	1,66
9.5.	Señalética Turística en RP2	2	1	3	2	2	1	1	1	1,66
2.26.	Sol. Playa y Pesca en Herradura	2	2	2	2	2	2	-1	3	1,65
1.4.	Fortalecimiento del Turismo interno y regional	2	2	2	2	3	2	0	0	1,65
5.3.	Formación de RRHH en el Ministerio de Turismo.	2	1	3	3	2	2	0	0	1,65
5.4.	Servicios de Asistencia Técnica a emprendedores turísticos locales.	2	1	3	3	2	2	0	0	1,65
15.4.	Formación de RRHH en el Ministerio de Turismo.	2	1	2	2	1	2	2	1	1,63
12.4.	Proyectos integrados de mejora del Espacio Público Urbano.	2	1	1	2	1	1	2	3	1,62
2.13.	Turismo Étnico / Vivencial en Colonia Aborígenes La Primavera.	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61
2.14.	Turismo Étnico / Vivencial en Acentamiento Barloome de las Casas (Pilagás - Bañado La Estrella).	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61

2.15.	Turismo Ético / Vivencial y Agroturismo en Comunidades Campesinas del Cielo (Piñaguas).	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61
2.16.	Turismo Ético en Comunidades Wichís.	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61
8.9.	Puesta en valor de Reserva Guayacolé.	2	2	2	2	1	1	1	2	1,61
2.5.	Muestro de Aves (R. B. Laguna Oca, Reserva Guayacolé, P.N. Rio Pilcomayo, Bo. La Estrella).	3	2	3	2	2	1	-1	1	1,60
11.1.	Implementación de Fideicomisos para inversión en Turismo.	3	0	3	2	2	2	0	1	1,60
2.19.	Excursión a Reserva Guayacolé.	3	2	2	2	2	1	-1	2	1,58
2.24.	Corredor Turístico de la Biodiversidad del NEA (Bosque La Estrella - PN Pilcomayo - Reserva Guayacolé - Reserva de Biosfera Laguna Oca).	3	1	3	3	1	1	-1	2	1,58
2.29.	Círculo de Turismo Religioso en San Francisco del Lahui - Oración de Espacio Franciscano Formosoño.	3	2	2	2	1	1	0	2	1,58
8.18.	Paseo Costanero en Arroyo Madrejón (Las Lomitas).	3	2	2	1	1	1	1	2	1,58
2.6.	Ruta de las Artesanías Aborígenes.	2	1	2	2	1	2	1	2	1,58
15.6.	Formación terciaria de guías y operadores turísticos.	2	1	2	2	1	1	2	1	1,54
1.2.	Encuesta anual de satisfacción de visitantes.	1	2	2	2	3	2	0	0	1,53
14.8.	Plan de difusión e incentivos para turismo contra estacionalidad regional (fines de semana gratis).	2	1	2	2	3	2	0	0	1,53
11.2.	Incentivos a la inversión en establecimientos turísticos.	3	0	3	2	2	1	0	1	1,51
15.9.	Creación de Terciario en Turismo (Formación de Guías Turísticas) en Las Lomitas.	3	1	2	1	1	1	2	1	1,51
15.10.	Formación de Guías Turísticos locales en itinerarios en Turismo de Laguna Blanca (especialización).	3	1	2	1	1	1	2	1	1,51
5.1.	Revisión de Organigrama y objetivos del Ministerio de Turismo.	2	2	2	2	2	2	0	0	1,50
5.2.	Sistema de seguimiento, monitoreo y ajustes del Plan.	2	2	2	2	2	2	0	0	1,50
7.4.	Apoyo al desarrollo de Planes Municipales de Turismo Sustentable.	1	1	1	2	2	2	1	2	1,49
14.14.	Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino.	1	1	1	2	2	2	1	2	1,49
2.2.	Safari Fotográfico en 'El Imperio del Verde'.	2	2	3	2	2	1	-1	1	1,48

2.15.	Turismo Ético / Vivencial y Agroturismo en Comunidades Campesinas del Cielo (Piñaguas).	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61
2.16.	Turismo Ético en Comunidades Wichís.	3	2	1	2	1	1	1	2	1,61
8.9.	Puesta en valor de Reserva Guayacolé.	2	2	2	2	1	1	1	2	1,61
2.5.	Muestro de Aves (R. B. Laguna Oca, Reserva Guayacolé, P.N. Rio Pilcomayo, Bo. La Estrella).	3	2	3	2	2	1	-1	1	1,60
11.1.	Implementación de Fideicomisos para inversión en Turismo.	3	0	3	2	2	2	0	1	1,60
2.19.	Excursión a Reserva Guayacolé.	3	2	2	2	2	1	-1	2	1,58
2.24.	Corredor Turístico de la Biodiversidad del NEA (Bosque La Estrella - PN Pilcomayo - Reserva Guayacolé - Reserva de Biosfera Laguna Oca).	3	1	3	3	1	1	-1	2	1,58
2.29.	Círculo de Turismo Religioso en San Francisco del Lahui - Oración de Espacio Franciscano Formosoño.	3	2	2	2	1	1	0	2	1,58
8.18.	Paseo Costanero en Arroyo Madrejón (Las Lomitas).	3	2	2	1	1	1	1	2	1,58
2.6.	Ruta de las Artesanías Aborígenes.	2	1	2	2	1	2	1	2	1,58
15.6.	Formación terciaria de guías y operadores turísticos.	2	1	2	2	1	1	2	1	1,54
1.2.	Encuesta anual de satisfacción de visitantes.	1	2	2	2	3	2	0	0	1,53
14.8.	Plan de difusión e incentivos para turismo contra estacionalidad regional (fines de semana gratis).	2	1	2	2	3	2	0	0	1,53
11.2.	Incentivos a la inversión en establecimientos turísticos.	3	0	3	2	2	1	0	1	1,51
15.9.	Creación de Terciario en Turismo (Formación de Guías Turísticas) en Las Lomitas.	3	1	2	1	1	1	2	1	1,51
15.10.	Formación de Guías Turísticos locales en itinerarios en Turismo de Laguna Blanca (especialización).	3	1	2	1	1	1	2	1	1,51
5.1.	Revisión de Organigrama y objetivos del Ministerio de Turismo.	2	2	2	2	2	2	0	0	1,50
5.2.	Sistema de seguimiento, monitoreo y ajustes del Plan.	2	2	2	2	2	2	0	0	1,50
7.4.	Apoyo al desarrollo de Planes Municipales de Turismo Sustentable.	1	1	1	2	2	2	1	2	1,49
14.14.	Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino.	1	1	1	2	2	2	1	2	1,49
2.2.	Safari Fotográfico en 'El Imperio del Verde'.	2	2	3	2	2	1	-1	1	1,48

14.13.	Campaña de difusión turística en eventos deportivos bilingües (Voley, Basquet, etc.)	2	2	2	1	2	1	0	1	1,36
13.2.	Desarrollo de Manual de Comunicación Visual de la Marca Formosa.	1	1	1	2	3	0	1	1	1,36
8.17.	Propuesta de modificación de trazado de tendido de red provincial eléctrica junto a RP26 en Barro Colorado.	2	0	3	1	1	0	3	0	1,35
8.14.	Proyecto para eventos culturales y turísticos en Paraná.	2	2	1	2	1	1	0	2	1,34
2.32.	Turismo Rural articulado con los Festivales Folclóricos y eventos culturales y turísticos.	2	1	2	2	1	2	0	1	1,33
6.5.	Mecanismos de asociación para el aprovechamiento conjunto de herramientas y proyectos de marketing del destino.	1	1	1	2	3	2	0	0	1,29
8.8.	Mejoras edilicias en Aeropuerto Formosa - El Puño.	1	1	2	2	2	1	0	1	1,27
10.1.	Recuperación y puesta en valor de Hotel Internacional de Turismo.	1	0	3	2	2	1	0	1	1,27
13.3.	JAD de la Marca Formosa en Artesanías.	2	1	1	2	2	1	0	1	1,27
15.3.	Capacitación en Calidad de Servicios a personal de empresas turísticas.	1	0	1	2	2	2	1	1	1,27
16.3.	Manual de Calidad y Estilo de Artesanías Aborígenas Formosenses.	3	0	1	2	1	1	1	1	1,27
16.4.	Sello de Origen de Artesanías Formosenses.	3	0	1	2	1	1	1	1	1,27
2.9.	Excursión Fluvial Turismo Aventura Corrión PN Bio Pilcomayo.	1	2	2	3	1	1	-1	1	1,24
8.19.	Creación de Centro Cultural y Museo en Corrión.	3	0	2	2	1	1	0	1	1,24
10.5.	Estímulo y difusión de comida regional en establecimientos gastronómicos.	1	1	3	2	1	1	0	1	1,24
15.5.	Inserción de la materia turística en los planes de estudio escolares (orientación en niños y jóvenes).	2	1	2	1	1	1	1	1	1,24
8.3.	Pavimentación y mejoras en RP1	2	1	1	2	1	1	0	2	1,22
14.9.	Plan de difusión e incentivos para el Turismo Recreativo de fines de semana desde Avellaneda.	1	1	2	1	2	1	0	2	1,22
12.8.	Preservación del Monumento Natural Vagarrón.	2	0	1	1	1	0	3	1	1,21
7.2.	Organización del contralor del Ministerio de Turismo a empresas y actividades turísticas.	1	1	1	2	2	1	1	0	1,20
7.1.	Proyecto de Ley de Turismo y reglamentación de las actividades relacionadas a Turismo, a nivel provincial y municipal.	0	1	1	2	1	1	2	1	1,18

14.12	Plan de difusión e incentivos para turismo de negocios y congresos en ciudad de Formosa.	1	1	1	2	2	1	0	1	1,15
10.2	Implementación de Sistema de Calidad de Empresas Hoteleras y Gastronómicas.	1	1	1	2	2	2	0	0	1,14
15.7	Formación terciaria de personal de empresas hoteleras y gastronómicas.	2	1	2	2	1	1	0	0	1,14
8.12	Diseño y Construcción de Feria Artesanal y Gastronómica en Herradura	2	0	2	2	1	1	0	1	1,12
8.15	Reserva Natural de Flora y Fauna en Pirané.	2	1	1	1	1	1	1	1	1,12
14.11	Plan de difusión e incentivos para el turismo religioso en sus dos áreas de desarrollo: San Francisco de Laishi y el Via Crucis Formosenseo.	2	1	1	1	2	1	0	1	1,12
14.18	Realización del Congreso Anual de Turismo Sustentable en Instituto de Producción y Medio Ambiente (Laguna Blanca).	2	1	1	1	1	1	1	1	1,12
16.1	Recopilación escrita y publicación de memoria cultural de los pueblos aborígenes.	3	0	1	1	1	1	1	1	1,12
16.6	Promoción del cooperativismo para emprendimientos turísticos en comunidades aborígenes.	2	1	1	1	1	1	1	1	1,12
12.7	Certificación ambiental de empresas turísticas.	1	1	1	2	1	0	2	0	1,11
8.11	Introducción de áreas de sombra en Costanera Vuelta Formosa.	2	0	1	1	1	1	1	2	1,10
2.7	Cruceo Turístico Formosa - Aunción (paradas y actividades en Herradura / Formosa /	1	1	1	2	1	1	0	2	1,10
15.1	Acciones de concientización turística a la comunidad.	2	0	1	1	1	2	1	1	1,09
2.34	Cruceo de turismo de aventura de la Reserva Provincial Formosa (próxima Ing. Juárez)	2	1	1	2	1	1	-1	2	1,07
2.30	Excursión al Chaco Central Formosenseo (RN Formosa, Rio Traquitos, Laguna Yema).	1	1	1	2	1	1	-1	3	1,06
14.15	Stand de Información y Servicios Turísticos en Costanera Vuelta Formosa.	1	0	1	1	2	1	1	1	1,03
10.3	Capacitación en calidad de servicios de hotelería y gastronomía.	1	0	1	2	2	2	0	0	1,02

14.10	Plan de difusión e incentivos para turismo social regional.	1	1	1	1	2	1	0	1	1,00
15.2	Relevamiento de demanda laboral en Turismo.	1	1	1	1	1	1	1	1	1,00
16.2	Diseño participativo de circuitos y productos de turismo étnico y vivencial con comunidades aborígenes.	2	0	1	1	1	1	1	1	1,00
16.5	Formación de aborígenes como guías y microemprendedores de turismo receptivo.	2	0	1	1	1	1	1	1	1,00
16.7	Asistencia Técnica a comunidades aborígenes para el desarrollo del Agroturismo.	3	0	0	1	1	1	1	1	1,00
8.20	Creación de Taller y Mercado Artesanal para comunidad Oom en Dorinda.	2	0	2	1	1	1	0	1	0,97
14.16	Stand de Información y Servicios Turísticos en Aeropuerto Formosa - El Pucu.	1	0	1	1	2	1	0	1	0,88
14.17	Stand de Información y Servicios Turísticos en Terminal de Ómnibus.	1	0	1	1	2	1	0	1	0,88
8.1	Pavimentación o Mejoras en RP 39 (A Reserva Provincial Formosa)	1	1	0	1	1	1	0	2	0,83
10.4	Inventario y manual de la gastronomía regional.	2	0	1	1	1	1	0	0	0,75
8.2	Pavimentación o Mejoras en RP17 (A Laguna Yema).	1	1	0	1	1	1	0	1	0,73
8.7	Pavimentación y mejoras en RP9	1	1	0	1	1	1	0	1	0,73

10.6.3. Los siete proyectos motores

En el siguiente cuadro se presentan los proyectos motores seleccionados en base a los resultados de la metodología señalada. Se trata de siete proyectos en lugar de

los seis solicitados, dada la fuerte distancia lograda por estos proyectos con respecto a los más de cien restantes, logrando puntajes entre 2,50 y 2,22, sobre un rango de +3 / -3.

Matriz de Proyectos Motores

N°	Proyectos y Acciones	ACEPTABILIDAD SOCIAL			IMPACTOS					Puntaje	Proyectos Motores
		0,12	0,12	0,12	0,15	0,15	0,09	0,15	0,10		
		Comunidades y Locales	Municipios	Sector Empresarial Turístico	En Oferta Turística	En Demanda Turística	Transversalidad y Efecto Multiplicador	Ambientales	Urbanístico - Turístico		
14.1.	Campaña anual masiva e intensiva de publicidad en Córdoba, Buenos Aires y Rosario en el corto plazo. (semana santa, vacaciones de invierno y en cada fin de semana largo entre los meses de Abril y Octubre).	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50	Proyecto Motor 1
14.3.	Plan de Marketing de la Provincia de Formosa.	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50	Proyecto Motor 2
8.16.	Centro de Interpretación, Complejo Turístico y Sendero Autoguiado del Bahado La Estrella en RP28.	3	3	3	3	2	2	1	2	2,36	Proyecto Motor 6
6.1.	Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - C.D.T. (Pública, P. Priv.)	3	3	3	3	2	3	1	1	2,35	Proyecto Motor 4
8.5.	Puesta en valor integral de infraestructura y Servicios Turísticos de PN No Picoaguá en Laguna Blanca - Centro de Interpretación, Alojamiento, Señalética, Informes en ANNA, etc.	3	3	3	3	2	2	0	3	2,31	Proyecto Motor 5
8.10.	Puesta en valor integral de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca (Centro de Interpretación, Equipamiento, Accesibilidad, Transporte).	3	3	3	3	2	2	0	3	2,31	Proyecto Motor 7
14.2.	Diseño y creación de un "folleto unificador" de atractivos, circuitos y servicios turísticos de la provincia, en el corto plazo.	3	3	3	2	3	2	1	1	2,26	Proyecto Motor 3
8.6.	Desarrollo del Estero Pól. Sendero de interpretación con Laguna Blanca, orientado hacia el Bic Picoaguá, mejoramiento del centro de interpretación de parques y construcción de una cooferta.	3	3	3	3	2	1	0	3	2,22	Proyecto Motor 5

En particular, para los proyectos motores, se detalla lo siguiente:

Nombre del programa motor

- Eje Estratégico de Pertenencia
- Objetivos y Descripción
- Órgano Ejecutor
- Actores Involucrados
- Métodos e instrumentos de evaluación y control
- Cronograma y forma de implementación

10.6.3.1. Proyecto Motor 1: Campaña masiva de publicidad

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE 6 - Marketing del Destino - Plan de Marketing Turístico

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

- Objetivos y Descripción

Objetivos: hacer conocer masivamente los atractivos turísticos de la provincia, de modo de transformarlos en productos turísticos masivos.

Campaña anual masiva e intensiva de publicidad en el corto plazo, con eje en Buenos Aires, Córdoba y Rosario.

Períodos: semana santa, vacaciones de invierno y en cada fin de semana largo entre los meses de Abril y Octubre (mínimo cinco veces al año entre esos meses).

Duración: Dos años

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Tablero de control de seguimiento de resultados (cantidad de visitantes luego de cada campaña).

- Cronograma y forma de implementación

Proyecto de implementación en el corto plazo de lograrse el financiamiento para su ejecución (seis meses).

Diseño de la campaña, independiente de un plan de marketing, optimizando el material informativo existente en el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa.

10.6.3.2. Proyecto Motor 2: “Folleto unificador” de atractivos, circuitos y servicios turísticos

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE 6 - Marketing del Destino - Plan de Marketing Turístico

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

- Objetivos y Descripción

Objetivos: unificar la información turística básica de la provincia en una sola hoja.

Diseño y creación de un “folleto unificador” donde se informe claramente los atractivos, circuitos y servicios turísticos de la provincia,

De fácil implementación en el corto plazo.

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Tablero de control de seguimiento de resultados en función de la cantidad de visitantes a distintos destinos de la provincia luego de su lanzamiento.

- Cronograma y forma de implementación

Es otro proyecto de implementación en el corto plazo. Cuenta con un bajo costo de financiamiento para su ejecución (seis meses).

El diseño del folleto es independiente de un plan de marketing, optimizando el material informativo existente en el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa.

10.6.3.3. Proyecto Motor 3: Plan de Marketing de la Provincia de Formosa

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE 6 - Marketing del Destino - Plan de Marketing Turístico

- Objetivos y Descripción

Objetivos: realización de un estudio y luego implementación de un Plan de marketing.

Los proyectos 1 y 2 estarían incluidos, pero se llevarían a cabo con anterioridad y de manera independiente del plan de marketing, debido a los plazos que puede insumir realizar el Plan de Marketing, y luego ir implementando los distintos resultados propuestos por el plan.

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa.

Poder Ejecutivo Provincial.

Ministerio de Turismo de la Nación.

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs, Comunidades locales y aborígenes, APN.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Derivados del propio plan de marketing

- Cronograma y forma de implementación

Elaboración en un plazo menor a un año, implementación inmediata.

Plan sugerido de Marketing

Se presentan lineamientos de un plan sugerido de comercialización de la oferta turística provincial: estrategias y acciones de promoción y marketing referidas a los programas de identidad turística, como así también el material de soporte promocional, la comunicación con el trade y el consumidor final, entre otros aspectos.

Se trata de la elaboración de lineamientos para un plan sugerido de marketing, que sirvan de insumo para la elaboración de un plan de marketing integral del turismo sustentable de la provincia de Formosa, que deberá ser decidido por el Ministerio de Turismo de la Provincia.

Marketing del destino Formosa

▪ *Destino turístico: la Provincia de Formosa*

La idea es transformar a la provincia de Formosa de su punto de partida actual, que es un destino turístico de relativamente bajo grado de desarrollo, o una serie de atractivos turísticos que aún no conforman productos turísticos de gran mercado, en un destino turístico de significación.

Por supuesto, Formosa presenta muchos aspectos que lo configuran potencialmente como un destino turístico de magnitud, pese a que hoy sus antecedentes lo ubican como un destino complementario de otras zonas o un destino de menor fuerza de atracción.

Evidentemente, sus recursos naturales y sus atractivos culturales e históricos plantean un aporte diferencial que comunicado y gestionado de manera optimizada

potenciaría la imagen del destino, de modo que éste podría llegar a obtener un beneficio significativo derivado de la actividad turística.

Para ello es decisivo el diseño de las líneas de actuación adicionales a las existentes, en materia de marketing del destino, para potenciarlo. Estas líneas de actuación tienen que ver esencialmente con un mayor desarrollo de la Marca Formosa, y sus aplicaciones correspondientes en todo material destinado a promocionar el destino, para lograr una identidad diferencial, acompañada de un plan de comercialización del destino.

▪ **Imagen del Destino Turístico: la marca Formosa**

Cada destino turístico debe ser capaz de comunicar su esencia y su singularidad para destacarse por sí mismo. En este sentido, la marca es muchas veces decisiva. Si se utiliza de forma interactiva, también puede fortalecer el sentido de identidad y el orgullo en la zona.

Desde este equipo consultor, se puede determinar que los atributos esenciales percibidos para la provincia de Formosa, que son fundamentales para una adecuada percepción e implantación de la marca en los segmentos determinados, son los siguientes:

- El entorno natural con una dominancia del verde.
- El paisaje cultural representado por la historia y el presente.

En las imágenes relacionadas que se deberían transmitir en un plan de marketing, se busca que se materialicen todos estos atributos de manera icónica. Por ello se destacarán, por ejemplo, los colores representativos como el verde, y el tema del agua.

La marca Formosa

Cada destino turístico de envergadura desarrolla una marca, que la identifica en el mercado de manera inequívoca. Se trata de un instrumento de diferenciación central.

Es imprescindible instalar la marca “Formosa”, y que esta transmita lo que concentra, en función de criterios de identificación, emotividad, precisión y calidez, para agregar valor al destino en toda su estructura turística.

Existen en este informe de consultoría una serie de proyectos presentados entre las propuestas que están relacionados con la expansión de la marca “Formosa”, y que se detallan en la matriz siguiente.

Matriz de proyectos relacionados con la marca “Formosa”

13.	Programa de la Marca Formosa									
13.1.	I&D de la Marca Formosa.	2	1	2	2	3	1	1	1	1,69
13.2.	Desarrollo de Manual de Comunicación Visual de la Marca Formosa.	1	1	1	2	3	0	1	1	1,36
13.3.	I&D de la Marca Formosa en Artesanías.	2	1	1	2	2	1	0	1	1,27

13. Programa de la Marca Formosa

13.1. I&D de la Marca Formosa.

13.2. Desarrollo de Manual de Comunicación Visual de la Marca Formosa.

13.3. I&D de la Marca Formosa en Artesanías.

Estos proyectos son explicitados en distintos apartados a continuación.

Valores de la marca Formosa

Una marca transmite valores, y la imagen de marca “Formosa” necesariamente debe estar conectada con:

- Valores asociados a la naturaleza en su estado más puro. La geografía y la virginidad de la naturaleza en la provincia de Formosa son valores intactos y de un valor extremo. Estos valores se desprenden de la baja alteración de sus recursos naturales, en un estado de pureza natural poco contaminado. A diferencia de otros destinos, permite disfrutar y valorar de una región arraigada en su identidad natural como un activo a la vez tangible e intangible de enorme valor.

- Valores históricos y culturales. Se trata de valores intrínsecos a la rica tradición e historia de esta joven provincia. Y que surgen de un amplio recorrido histórico, cultural y arqueológico. Incluye, desde ya, la rica cultura de las comunidades aborígenes, qom, pilagás y wichís, integradas a la sociedad formoseña.
- Valores poblacionales. La amabilidad y hospitalidad de los formoseños es un valor para el turista, que no abunda en otros destinos turísticos.
- Valores positivos que surgen del contacto con la naturaleza. El disfrute y el contacto con la naturaleza, junto al enriquecimiento cultural, son una característica en la provincia.
- Valores dinámicos. El dinamismo aplicado al destino turístico, es decir, a una provincia donde el turismo es una actividad “nueva”, y donde se encuentra ante un dinamismo y un potencial de consideración,
- Valores de calidad. Estos valores pretenden lograr una generalización de la calidad a todos los actores implicados en el desarrollo turístico de Formosa.
- Valores de calidad de servicios e infraestructura. La calidad de los servicios que la provincia presta a través de la información y la regulación turística, así como la calidad de la infraestructura pública y privada a lo largo de la provincia.
- Valores de ruralidad. Es un elemento diferenciador, a la vez de ser la antítesis de los valores de vida de las grandes urbes, asociados al estrés, la contaminación y las relaciones personales dispersas. Formosa puede ofrecer un espacio de encuentro con estos valores tan ligados al turismo, esparcimiento, recreación y contacto con lo natural.



Mensaje de la marca Formosa

El mensaje actual de la marca Formosa es. "EL IMPERIO DEL VERDE". Este mensaje, desarrollado por el Ministerio de Turismo de la Provincia, transmite adecuadamente, a entender de este equipo consultor, los valores señalados precedentemente, como la riqueza natural que Formosa tiene, reflejada en la inmensidad de sus paisajes verdes, en los distintos tonos de verde (fuerte, vivo, húmedo, seco), que quedan evidentes desde la entrada en la provincia, hasta su recorrido hacia el lejano oeste.

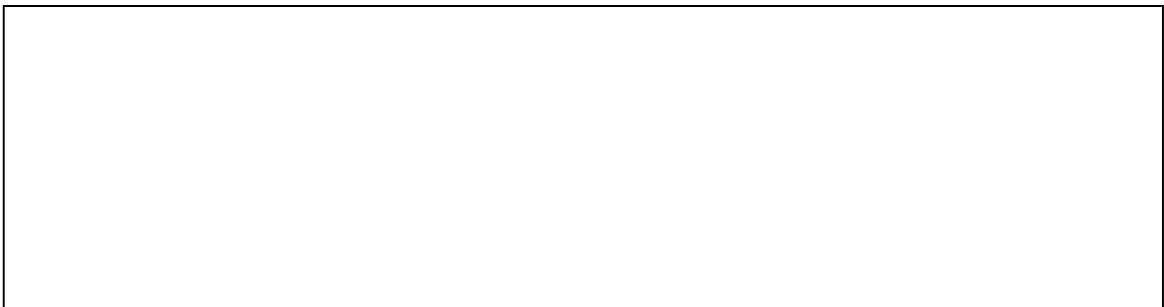
Asimismo, la cultura e historia que se encuentran al alcance del turista en cada recorrido, quedan reflejadas por este Mensaje.

Desarrollo de la marca Formosa

Logotipo

El logotipo vigente muestra una expresión que resume la naturaleza del verde del monte formoseño con sus ríos y aguas. Es un logotipo que manifiesta lo que se quiere transmitir. Con todo, una opción para la optimización y el rediseño del logotipo puede ser a través de la convocatoria de un concurso para que, sin modificarlo esencialmente, se le incorpore de manera más significativa el tema del agua y del verde.

La difusión y proyección mediática de un concurso ayudará a la difusión y retroalimentación del logo como icono de la marca Formosa.



Slogan de la marca Formosa

Todo slogan es un mensaje corto, preciso e impactante, y debe sintetizar los atributos diferenciales de cada destino turístico. Debe reflejar el paisaje, la naturaleza, la historia y la cultura dominantes.

De este modo, se encuentra no sólo la riqueza de un lugar cuyos recursos naturales en su mayoría permanecen intactos, sino también la cultura, la historia y la arqueología de diferentes épocas que dominan la provincia.

El slogan actual, como se señaló precedentemente, es “EL IMPERIO DEL VERDE”. A entender de este equipo consultor, expresa y resume adecuadamente las características de la provincia de Formosa en materia de productos y atractivos turísticos, no siendo necesario modificarlo, aunque sí promocionarlo mucho más e instalarlo en los grandes centros nacionales emisores de viajantes y turistas.



El Imperio del Verde

Manual de Identidad Corporativa de la marca Formosa

Desarrollo corporativo de la imagen de marca

Esto implica la utilización del logotipo y del slogan en toda la papelería turística y documentación oficial emitida por los entes relacionados a la actividad turística, sea el Ministerio de Turismo de la Provincia y otros organismos. Por ejemplo, papel membretado, tarjetas personales y todos los folletos turísticos.

Aplicaciones de la marca en destino

Como ejemplo de aplicaciones de la marca en destino se destacan los temas de hospitalidad, intangibilidad, señalética e instalación de la marca.

Hospitalidad:

- Una característica, la atención cálida al visitante en la provincia.

Valor del intangible:

- La explicación del intangible que supone la marca como valor añadido en las acciones para el desarrollo turístico de Formosa.

Señalética:

- El desarrollo de la señalética turística de la provincia tanto indicativa como interpretativa, con la inclusión de la imagen icónica de la marca, los colores corporativos y los slogans.

Instalación de la marca:

- La instalación de la marca en el destino implica una presencia de la marca, el slogan y otros ítems diferenciadores de manera dominante en todos los espacios públicos turísticos de la provincia.

Aplicaciones de la marca “Formosa” en acciones publicitarias

A continuación se presentan algunas aplicaciones de la marca “Formosa” en acciones publicitarias varias, a modo de ejemplo.

- Mayor presencia mediática con la incorporación del audio e imágenes corporativas en diferentes medios de comunicación locales, regionales y nacionales, como así también internacionales, preferentemente en la ciudad de Asunción y el resto de Paraguay.
- Programas de televisión dedicados al turismo, que permitan mostrar la esencia de Formosa.
- Creación del portfolio fotográfico para la nueva identidad, con una serie de diez fotos emblema.
- Difusión con logotipo, slogan y fotografía corporativa en toda la prensa especializada del sector turístico, cultural y medioambiental.
- Información dinámica, y no estática, a través de la web del Ministerio.

- Mayor presencia en internet a través de inserción en portales temáticos.
- Presencia en ferias de temática turística, como se viene haciendo en la FIT o en Asunción, incorporando otras ferias.
- Producción de elementos de merchandising a entregar en oficinas de turismo, en museos, etc. Ejemplo: Elementos de Merchandising, bolsas de papel Kraft, anotadores y biromes.



Comunicación de la marca Formosa

Para comunicar la marca Formosa a un mercado nacional y regional altamente competitivo, es menester generar estrategias integradas que concentren todos los aspectos a través de un grupo de acciones combinadas de publicidad.

La aplicación de la marca Formosa en diferentes medios deberá seguir los lineamientos de la imagen definida.

Objetivos relacionados con la marca

- Difundir la marca Formosa.
- Potenciar las herramientas que proporcionan las nuevas tecnologías.
- Potenciar acciones a públicos referentes (agentes de viaje, periodistas de turismo, actores, etc.).
- Ejercer un liderazgo claro sobre el sector turístico del norte argentino hacia el resto del país, compartiendo espacios de liderazgo con otros centros receptores de turismo.

- **Promoción del destino “Formosa”**

El turismo global en la actualidad muestra una gran competencia junto con la globalización de la oferta. Los niveles de exigencia de la demanda turística han determinado un entorno más competitivo. En el caso de un destino turístico incipiente o de reciente desarrollo, como el caso de la provincia de Formosa, esta situación implica la necesidad de desarrollar un conjunto de estrategias y acciones de marketing coordinadas que permitan un adecuado posicionamiento del destino dentro del muy competitivo mercado turístico.

Asimismo, Formosa debe ofrecer una experiencia integral fundamentada en la calidad y la diferenciación, aportando mayores niveles de utilidad y valor emotivo a diferentes turistas, que son cada vez más exigentes y sofisticados en sus variadas preferencias.

La construcción de una imagen potente de turismo de Formosa y sus atributos diferenciales permite actuar sobre un espacio más amplio, multiproducto, con múltiples actividades que permiten alargar la estadía promedio, como uno de los objetivos centrales, desestacionalizar más las visitas, y adicionar así nuevas pernoctaciones a las existentes, sobre un estudiado mix de marketing que combina naturaleza, atractivos, cultura, historia, con servicios de calidad para el exigente turista de la actualidad.

Acciones básicas a desarrollar en un plan sugerido de marketing

- Elaboración y ejecución de un plan de dinamización del destino.
- Fortalecimiento y optimización de la web.
- Comercialización de la marca en Internet.
- Diseño de Folleto final.
- Establecer alianzas estratégicas para comercializar el destino.

- Elaboración de un Boletín de Información turística trimestral.
- Articulación de un programa de información turística completa, rápida, de calidad, acorde a un establecimiento de procedimientos de gestión y control que ayude a la consolidación de la marca "Formosa".
- Participación en eventos relacionados con temática Arqueológica, Cultural y de Turismo de aventura y de naturaleza.
- Profundizar la participación en ferias de turismo nacionales e internacionales.
- Determinar servicios turísticos que pueda ofrecer la provincia, y sus microrregiones turísticas, de acuerdo a los criterios con los que se estableció difundir la marca: información turística, asesoramiento a emprendedores e inversores, formación y recursos humanos.
- Establecimiento de marcos de colaboración y convenios con entes públicos y privados.
- Establecimiento de alianzas estratégicas y marcos de colaboración con destinos turísticos de reconocido prestigio, y con los cuales se compartan criterios y valores a través de nexos y lazos comunes, como las ciudades del norte argentino.
- Desarrollo de la concientización interna, como pieza clave en la difusión y dotación de valor y contenidos emocionales a la marca. Organización de jornadas, certámenes, congresos, concursos, premios, etc, relacionado con temática cultural y medioambiental, acciones educativas y formativas con visitantes, público en general, colectivos que refuercen la proyección de la imagen.
- Desarrollo de oficinas de Información turística en puntos clave del país (Buenos Aires, Córdoba, Rosario).

Productos turísticos

Estudio de la demanda turística

Conocer las características de los turistas que visitan Formosa tiene especial interés para la toma de decisiones en el ámbito turístico. En ese sentido, aunque existen diferentes fuentes de información secundaria elaboradas por diferentes organismos de donde se obtuvieron los datos para el desarrollo del diagnóstico del presente trabajo, será necesario, en el marco de un plan sugerido de marketing, el desarrollo de encuestas ad hoc que permitan obtener información con un mayor nivel de detalle.

Las encuestas turísticas deberán ser desarrolladas por el Sistema de Informaciones Turísticas, sobre el que se explicita en el próximo capítulo, con una frecuencia tal que permita obtener datos con una visión evolutiva de las características y hábitos del turista de Formosa. Estos resultados seguramente podrán aportar valiosa información para la planta turística del destino, así como para los responsables de la política de gestión turística.

El objetivo general del análisis de la demanda consistirá en profundizar en el análisis de los hábitos turísticos y del comportamiento del turista que llega a la provincia de Formosa. Como objetivos específicos se destacan:

- Caracterizar el perfil del visitante típico de Formosa.
- Identificar tipologías de turistas.
- Analizar la experiencia de los turistas que llegan a Formosa, estudiando variables relacionadas con la frecuencia de visitas, tiempo transcurrido desde anterior visita, épocas de realización de los viajes anteriores, número de visitas previas.
- Evaluar hábitos según las épocas de visita (Semana Santa, vacaciones de invierno, etc.)

Estos análisis planteados facilitarán un conocimiento más amplio del comportamiento del turista que llega a Formosa, y permitirán reflejar resultados y líneas de acción para determinar nichos de mercado o períodos clave, que favorezcan la creación de nuevos productos turísticos exitosos, ajustados a las necesidades y gustos de la demanda turística.

Estudio de satisfacción de la demanda de turismo

El análisis de la demanda justifica también la relevancia del análisis de factores que intervienen en la evaluación que el turista hace de Formosa como destino turístico, y que determinan su grado de satisfacción con el destino.

El nuevo Sistema de Informaciones Turísticas deberá darle un lugar de trascendencia al estudio de la satisfacción de los visitantes, para cubrir necesidades en toda la planta turística.

- Evaluar el nivel de satisfacción con los diferentes elementos del destino durante el viaje.
- Cuantificar el nivel de satisfacción con los servicios turísticos básicos demandados durante el viaje.
- Identificar posibles diferencias en el grado de satisfacción entre turistas y excursionistas, y entre turistas y viajeros (negocios, etc).
- Analizar la relación entre el grado de satisfacción del turista y los diferentes resultados o consecuencias de la evaluación del turista, como son la lealtad al destino en posibles viajes futuros y la recomendación a terceros.
- Evaluar el nivel de satisfacción con los diferentes componentes del servicio prestado por las Oficinas de Información Turística.

▪ Proyectos vinculados a un plan sugerido de marketing

En este trabajo se ha identificado una serie de proyectos destinados a potenciar el turismo en la provincia de Formosa. De los 141 proyectos, muchos se encuentran directamente relacionados con un plan sugerido de marketing, por ello estos proyectos son desarrollados como propuesta a tener en cuenta para este plan. En la siguiente matriz se pueden observar todos los proyectos, ordenados por su importancia e impacto en función del método de valuación utilizado.

Por ello, a continuación se presentan los lineamientos básicos de estos proyectos, a modo de sugerencia para que integren un Plan de Marketing Integral.

Matriz de proyectos vinculados con Marketing, Comunicación y Comercialización Turística

14.	Programa de Marketing, Comunicación y Comercialización Turística									
14.1.	Campaña anual masiva e intensiva de publicidad en Córdoba, Buenos Aires y Rosario en el corto plazo (semana santa, vacaciones de invierno y en cada fin de semana largo entre los meses de Abril y Octubre).	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50
14.2.	Diseño y creación de un "folleto unificador" de atractivos, circuitos y servicios turísticos de la provincia, en el corto plazo.	3	3	3	2	3	2	1	1	2,26
14.3.	Plan de Marketing de la Provincia de Formosa.	3	3	3	3	3	3	1	1	2,50
14.4.	Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos.	2	0	3	3	3	2	1	1	1,93
14.5.	Diseño de Imagen Corporativa de la Marca Formosa.	2	0	3	2	2	2	0	0	1,38
14.6.	Optimización de la página web de turismo de Formosa.	2	0	3	2	3	2	1	1	1,78
14.7.	Presencia en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.	1	1	3	2	3	2	1	1	1,78
14.8.	Plan de difusión e incentivos para turismo contra-estacional regional (fines de semana largos).	2	1	2	2	3	2	0	0	1,53
14.9.	Plan de difusión e incentivos para el Turismo Receptivo de fines de semana desde Asunción.	1	1	2	1	2	1	0	2	1,22
14.10.	Plan de difusión e incentivos para turismo social regional.	1	1	1	1	2	1	0	1	1,00
14.11.	Plan de difusión e incentivos para el turismo religioso en sus dos áreas de desarrollo: San Francisco del Iaiishi y el Via Crucis Formoseño de la RVEI.	2	1	1	1	2	1	0	1	1,12
14.12.	Plan de difusión e incentivos para turismo de negocios y congresos en ciudad de Formosa.	1	1	1	2	2	1	0	1	1,15
14.13.	Campaña de difusión turística en eventos deportivos televisados (Voley, Basquet, etc.)	2	2	2	1	2	1	0	1	1,36
14.14.	Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino.	1	1	1	2	2	2	1	2	1,49
14.15.	Stand de Información y Servicios Turísticos en Costanera Vuelta Formosa.	1	0	1	1	2	1	1	1	1,03
14.16.	Stand de Información y Servicios Turísticos en Aeropuerto Formosa - El Pucu.	1	0	1	1	2	1	0	1	0,88
14.17.	Stand de Información y Servicios Turísticos en Terminal de Omnibus.	1	0	1	1	2	1	0	1	0,88
14.18.	Realización de Congreso Anual de Turismo Sustentable en Insituto de Producción y Medio Ambiente (Laguna Blanca).	2	1	1	1	1	1	1	1	1,12

Proyecto 14. Programa de Marketing, Comunicación y Comercialización Turística

Dentro de este programa se han identificado 18 proyectos que estarían directamente relacionados con un plan sugerido de marketing.

14.1. Campaña anual masiva e intensiva de publicidad en Buenos Aires, Córdoba y Rosario, en el corto plazo.

Objetivos

En esta campaña se debería promocionar con énfasis los períodos turísticos de Semana Santa, vacaciones de invierno y cada fin de semana largo entre los meses de Abril y Octubre.

Plazos y costos

La campaña estaría centrada en Buenos Aires, Córdoba y Rosario, por ser estos los centros emisores por excelencia. Asimismo, debería ser implementada en el corto plazo, si bien sus costos pueden ser elevados, es una de las propuestas de mayor impacto.

Se debe considerar lo exitosas que han sido y siguen siendo las campañas anuales masivas de las provincias de Salta (*“Tan linda que enamora”*) y de San Luis (*“San Luis inspira”*), que, con una permanente presencia publicitaria en los grandes centros urbanos del país han instalado fuertemente estos destinos como unos de los más relevantes a escala nacional.

Proyecto 14.2. Diseño y creación de un “folleto unificador” de atractivos, circuitos y servicios turísticos de la provincia, en el corto plazo.

Este producto es esencial, dado que a la fecha, mayo de 2013, no se encuentra disponible, si bien el Ministerio de Turismo de la provincia lo está desarrollando.

Objetivos

Brindar al turista y al viajero un único producto/folleto informativo acerca de los atractivos naturales y culturales de la provincia y de la ciudad de Formosa, por ser esta la “puerta de acceso” al mundo turístico de la provincia.

Plazos y costos

Los plazos de ejecución son necesariamente cortos, y los costos no deberían ser de consideración, en la medida en que el diseño ya se encuentra en parte realizado de manera adecuada por el propio Ministerio de Turismo de la provincia, y sólo quedarían ajustes al producto, sumando costos de impresión de los folletos.

Proyecto 14.3. Plan de Marketing de la Provincia de Formosa

Objetivos

La realización de un plan integral de marketing de turismo de la provincia es un tema pendiente, en este trabajo se presentan lineamientos a modo de sugerencia para tener presente en un plan de marketing.

Plazos

De todos modos, los proyectos seleccionados, en particular los dos anteriores, que integran el grupo de siete proyectos motores, son parte esencial de un futuro plan de marketing, pero al ser ineludibles, a nuestro entender, pueden ser implementados de manera adelantada a un futuro plan.

Proyecto 14.4. Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos.

Objetivos

El objetivo central de instalar la “marca Formosa” en los principales centros emisores nacionales, como así también reposicionar la marca en Asunción del Paraguay es un objetivo imprescindible.

Para ello toda estrategia comunicacional debe necesariamente considerar la presencia de la “marca Formosa” en todos los productos que promocionen el turismo en la provincia.

Para comunicar la marca Formosa a un mercado nacional y regional altamente competitivo, como se señaló precedentemente en este informe, es necesario generar estrategias integradas que concentren todos los aspectos a través de un grupo de acciones combinadas de publicidad. La aplicación de la marca Formosa en diferentes medios deberá seguir los lineamientos de la imagen definida.

Los plazos y los costos involucrados dependerán esencialmente de la estrategia de Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos derivada de un Plan de marketing integral.

Proyecto 14.5. Diseño de Imagen Corporativa de la Marca Formosa

Objetivos

El objetivo esta cumplido, dado que este equipo consultor establece que el actual diseño de Imagen Corporativa de la Marca Formosa es adecuado, y que en todo caso requiere mayor difusión.

Proyecto 14.6. Optimización de la página web de turismo de Formosa

Objetivos

Lograr un rediseño de la página web de modo de generar un impacto en el mercado, como si se tratara de un relanzamiento de los programas de turismo en la provincia, hacia todo el país y la región.

La página web del Ministerio se encuentra dentro del portal general del Gobierno de la provincia de Formosa.



<http://www.formosa.gob.ar/turismo.html>

Plazos y costos

Este proyecto se puede implementar en un plazo no mayor a un semestre, y su costo no debería ser elevado, dadas las características del mismo.

La página web actual del Ministerio de Turismo es adecuada, pero un relanzamiento implica una renovación de imagen. En este sentido, la página debería ser más interactiva, con accesos más veloces a las cuestiones más demandadas por los visitantes en la home, como ser:

- **Atractivos turísticos** con información resumen: que hacer y en cuantos días, brindando al turista potencial una idea de una estadía mínima de cinco días, con un esquema básico de actividades y circuitos, incluyendo distancias.

- **Transporte hacia la provincia:** destacar las formas de acceso aéreo y terrestre, y las distancias en km desde los principales centros emisores del país.

- **Alojamiento** ordenado de mayor a menor calidad, y también ordenado en función de los atractivos turísticos, partiendo de la ciudad de Formosa y luego enfatizando rutas turísticas provinciales.

Proyecto 14.7. Presencia en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales

Objetivos

Acercar a la demanda la información que está buscando o no conoce, a través de la presencia en ferias y eventos relacionados

Costos y plazos

No hay costos incrementales, pues el Ministerio de turismo de la provincia ya realiza estas acciones en las principales actividades del sector, en el país y en Paraguay.

Proyecto 14.8. Plan de difusión e incentivos para turismo contra-estacional regional (fines de semana largos).

Objetivos

El objetivo de este Plan de difusión e incentivos es incrementar el turismo contra-estacional regional, sobre todo en los fines de semana largos.

Costos y plazos

El nuevo plan de marketing debería establecer los contenidos a considerar en materia de difusión e incentivos para que esto sea viable.

El turismo contra-estacional regional, sobre todo en los fines de semana largos, es una herramienta de desarrollo, pues la amplia región del NEA ofrece un potencial de viajeros en fines de semana largos que actualmente no se encuentra explotado. Las provincias de Corrientes, Chaco y Misiones, y en menor medida por la distancia, Salta, Jujuy y Tucumán, son espacios de desarrollo para esta iniciativa.

Proyecto 14.9. Plan de difusión e incentivos para el Turismo Receptivo de fines de semana desde Asunción

Objetivos

Desarrollar y consolidar el mercado emisor de Asunción, con Formosa como opción de fin de semana largo o corto.

Como en Ministerio ya participa en ferias turísticas en Asunción, esta tarea ya se viene realizando.

Se debería potenciar esta actividad, a partir de una planificación y seguimiento del movimiento de viajeros y turistas desde Asunción, en qué fines de semana es más intensivo, armando un sistema de información en conjunto con el sector hotelero, dado que el visitante paraguayo no visita normalmente la oficina del Ministerio de Turismo de la provincia, sino que se maneja de manera autónoma.

Proyecto 14.10 Plan de difusión e incentivos para turismo social regional

Objetivos

El turismo social es un segmento muy relevante, y Formosa debe potenciarlo. En este sentido, a la preliminar segmentación entre turismo de aventura y naturaleza, turismo familiar y turismo de negocios, se debe realzar la importancia del turismo social regional, que ofrece un mercado emisor relevante en las provincias del NEA y del NOA.

Proyecto 14.11. Plan de difusión e incentivos para el turismo religioso en sus dos áreas de desarrollo: San Francisco del Laishí y el Vía Crucis Formoseño de la RN 81.

Objetivos

Desarrollar en la provincia de Formosa el turismo religioso, pues existen posibilidades a partir de antecedentes históricos, y experiencias y devociones actuales. Se trata de un tipo de turismo que registra un fuerte impacto positivo a nivel regional en todos los casos en que se ocurre en el resto del país.

La provincia tiene una vasta tradición franciscana, no tan común en otras provincias argentinas, lo que le otorga una particularidad, dado que la evangelización inicial de la misma fue realizada por misioneros de esta fraternidad. San Francisco del Laishí es la localidad por excelencia, donde se encuentran monumentos que hacen referencia al paso de los misioneros franciscanos por la provincia, si bien Misión Tacaaglé también es otra expresión. Las construcciones de la antigua misión franciscana fueron declaradas Monumento Histórico Nacional por Decreto 325 de 1989.

El edificio de la Capilla y el resto de los componentes del conjunto, en Misión Laishí, de acuerdo a lo evaluado en la visita de este equipo consultor, se encuentran con importantes carencias edilicias, requieren de una importante inversión para su puesta en valor, y carecen de un aprovechamiento turístico sistemático.

En este sentido, se recomienda realizar una puesta en valor de estos monumentos, como así también la creación de eventos particulares (ferias, teatralizaciones, etc), sobre todo en la semana del 4 de octubre, festividad de San Francisco de Asís, en San Francisco del Laishí, en conjunto con el episcopado de la provincia. Esto es más relevante en momentos en que el carisma franciscano se encuentra revitalizado en la Iglesia a partir del nuevo pontificado de Francisco.

Proyecto 14.12. Plan de difusión e incentivos para turismo de negocios y congresos en ciudad de Formosa

Objetivos

Igual que en el caso del turismo social regional, este segmento requiere una inclusión en el Plan de Marketing integral, dado que la provincia cuenta con un intenso intercambio de viajantes vinculados al sector público provincial y al sector privado.

la ciudad capital de Formosa constituye el principal y prácticamente excluyente centro de actividades para el Turismo de Negocios y Congresos.

Proyecto 14.13 .Campaña de difusión turística en eventos deportivos televisados (Vóley, Básquet, etc.)

Objetivos

La provincia de Formosa cuenta con una fuerte política de desarrollo deportivo, coordinada desde la Subsecretaría de Turismo. Esto se refleja en la infraestructura deportiva de que fue dotada la provincia en los últimos años, destacándose el Estadio Polideportivo y el Kartódromo.

La ciudad de Formosa es, también en este caso, la que concentra el mayor peso específico en lo referente a Turismo Deportivo, especialmente en lo que se relaciona a actividades deportivas individuales o en equipo que se desarrollan en estadios. Así, se han desarrollado, en los últimos años, equipamientos de muy buen nivel para este tipo de actividades. En la actualidad, la faceta más destacada del deporte formoseño se relaciona al Basquetbol y al Voleibol, ya que cuenta con un club, La Unión, en la máxima categoría de ambos deportes, La Liga Nacional de Básquet y la Liga Nacional de Vóley. Ambas actividades generan un considerable flujo de visitantes de otros puntos del país (jugadores, auxiliares, dirigentes, periodistas, etc.), al tiempo que producen una amplia visibilización de la provincia y la ciudad a nivel nacional.

En cuanto al Fútbol, hay tres equipos formoseños en el Argentino B: Sportivo Patria, Sol de América y San Martín. Este hecho genera también un importante flujo de visitantes dado el carácter regional y nacional del certamen. También es de

importancia el Campeonato de Karting regional, que cada 15 días genera actividad en el Kartódromo de la ciudad.

El turismo deportivo es relevante pues completa espacios de hotelería en fines de semana en los que el turismo propiamente dicho se encuentra en temporada baja, por ejemplo octubre- marzo, por lo cual merece una atención especial en un Plan de Marketing integral.

Proyecto 14.14. Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino

Objetivos

El objetivo fundamental es conocer adecuadamente en el destino las posibilidades de Conectividad y toda la Información Turística relevante para el turista que arriba a la provincia.

Este proyecto está íntimamente relacionado con otros proyectos del Plan de Marketing integral, con lo cual su implementación está en relación al conjunto del Plan.

Proyecto 14.15. Stand de Información y Servicios Turísticos en Costanera Vuelta Fermoza.

Objetivos

Brindar información y presencia en un lugar clave del turismo en la ciudad de Formosa: la nueva Costanera Vuelta Fermoza.

Así, un stand de Información y Servicios Turísticos ubicado en el comienzo de la nueva costanera se vuelve imprescindible para los turistas que arriban a la ciudad, y sea de día o de noche pasan por la costanera, a modo recreativo, o para disfrutar servicios de gastronomía.

Proyecto 14.16. Stand de Información y Servicios Turísticos en Aeropuerto Formosa – El Pucú.

Objetivos

Potenciar el stand actualmente existente, con mejor diseño, alcance y servicios a ofrecer.

Proyecto 14.17. Stand de Información y Servicios Turísticos en Terminal de Ómnibus.

Objetivos

Potenciar el stand actualmente existente, con mejor diseño, alcance y servicios a ofrecer.

▪ **Acciones de Marketing sugeridas a realizar**

La gestión o gerencia de los planes de marketing de cada segmento debería seguir el siguiente proceso sugerido:

Programación

- Análisis/evaluación.
- Análisis/entorno cambiante.

Planeamiento

- Análisis situación.
- Estrategias.
- Objetivos.

Ejecución

- Estructura.
- Recursos.
- Operativa (programas y acciones).

EVALUACIÓN

- Comparativa de objetivos y resultados.
- Identificación de fallos o fortalezas.

La Co.De.Tur de la provincia de Formosa, o el Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa, una vez constituido, tendrá la tarea de asesorar al Ministerio de Turismo, entre otros temas, en el desarrollo de programas de comercialización turística de los productos diseñados encaminados a la consecución de los objetivos fijados.

A continuación se detallan, de manera general, los pasos a seguir en la organización y desarrollo de las estrategias de promoción a aplicar en los diferentes segmentos:

- Selección del público objetivo.
- Los medios de comunicación, los soportes y las formas publicitarias más adecuados para llegar al público objetivo.
- Las actuaciones de promoción.
- La participación en eventos de ámbito local, provincial, nacional o internacional.
- El diseño y preparación de materiales gráficos de promoción.
- En cada programa de promoción:

- Las condiciones de participación si es un evento local o nacional
 - El "planning" temporal de las acciones y programas.
 - Los recursos humanos y materiales necesarios.
 - Las competencias y funciones de cada persona así como el plazo y las condiciones para su realización.
 - El "planning" horario del desarrollo de cada evento promocional.
 - Los proveedores intervinientes en el proceso de montaje, diseño industrial del stand u otros servicios para la realización del evento.
 - Organización de las actividades informativas y formativas necesarias para que las personas involucradas cuenten con los conocimientos y capacitación previstos.
- Participación en eventos y programas de promoción transmitiendo información turística sobre la provincia de Formosa o algunos de los productos turísticos definidos.
 - Organización de visitas promocionales a clientes potenciales y la distribución de material promocional y ofertas.

Acciones dirigidas a la promoción turística del destino “Formosa”

Para la promoción turística del destino, se sugiere considerar:

- Plan de Dinamización del Producto Turístico
- Guías y Folletos Interpretativos
- Señalización de Recursos Naturales

- Mejoras de Rutas y Puntos de Observación
- Redacción de un Folleto guía de cada producto turístico.
- Diseño, Fabricación e Instalación de Paneles Interpretativos de cada producto turístico
- Desarrollar y comunicar contenidos que apoyen una imagen de destino multiproducto de calidad.
- Sumar esfuerzos promocionales bajo la marca integradora “Formosa”
- Organización y participación en eventos y acciones de impacto mediático con una proyección directa de la imagen del destino

Acciones dirigidas al Trade

En cuanto al trade, se sugiere considerar lo siguiente:

- Organizar programas turísticos a la medida de los mercados, segmentos y tipo de viajes: duración, contenidos (actividades), guías (interpretación), precios, y facilidad de compras.
- Las agencias de receptivo podrían recibir programas de viaje por cada uno de los segmentos a comercializar, siempre con el complemento de visitas culturales a lugares emblemáticos de Formosa; adaptadas a los productos, mercados y segmentos, épocas, alojamientos y formas de realización de los viajes.
- Utilizar canales cortos o directos de comercialización, de acuerdo a las exigencias de los servicios y, especialmente, al turismo: Internet, comunicación directa y mayoristas-minoristas.

- Adaptar programas de viajes a grupos (familiares y amigos), parejas e individuales. Igualmente, se utilizarán diversas formas de organización: “todo incluido”, semi incluido y a medida.
- La información sobre cada viaje y programa se proporciona en origen (domicilio), distribuidores, medios convencionales e Internet y en destino: oficinas de información, alojamientos, agencias de receptivo, etc
- Todos los programas, con independencia de su grado de organización e información en origen y destino, serán flexibles y susceptibles de adaptación (“trajes a medida” del turista: expectativas y singularidades).

Acciones dirigidas al Público Turista Masivo

En el segmento de mercado nacional

- Mercado prioritario: Capital Federal, Conurbano Bonaerense, Rosario y Córdoba.
- Estancias medias y largas: programas de 5 días/4 noches y viajes de fines de semana largos.
- Época: abril-setiembre/octubre
- Medio de transporte: avión, auto alquilado, auto.
- Alojamientos: fundamentalmente en hoteles y en estancias rurales. También en campings en contacto con la naturaleza.
- Programas básicos: visita al conjunto de recursos naturales
- Programa gastronómico de apoyo: ruta de la gastronomía y productos agroindustriales
- Programa especial de degustación y venta de productos regionales alimenticios.
- Precios: enfocados a ofertas de nivel medio, medio alto y alto.

- Distribución: en paquetes con distinto grado de organización. Central de ventas en la ciudad y web.
- Implicación activa de las agencias de desarrollo, asociaciones y empresas turísticas públicas, en el desarrollo de propuestas, producto turístico relevante y comunicación coordinada y comercialización.
- Acciones promocionales directas al consumidor, en especial en los segmentos ya consolidados.
- Alianzas estratégicas para el diseño y desarrollo de una cuponera de descuento a entregar en oficinas de turismo y con la posibilidad de bajarla de la web corporativa.
- Poner más énfasis en la necesidad de focalizar los esfuerzos para captar demanda nacional fuera del período de verano.

En el segmento de mercado regional

- Mercados prioritarios: NEA primero y NOA después. Litoral también, incluyendo Entre Ríos y Santa Fe.
- Estancias cortas: 2 – 3 noches, en programas de fines de semana todo el año, promovidas por Internet y publicidad directa (90%) y en paquetes o programas de agencias especializadas (10%).
- Medio de transporte: coche propio, casi el 100%. Acciones promocionales en rutas.
- Alojamientos: casas y hoteles, estancias rurales, campings y ciudades de la provincia. .
- Programas básicos: senderismo de corto recorrido, cicloturismo, cabalgatas, trekking, navegación de ríos, observación de avifauna.
- Visita cultural a Estancias y Museos.
- Espacios básicos de parajes naturales.

- Programa especial de gastronomía típica, jornadas gastronómicas interactivas con los turistas.
- Precios: flexibles, en función especialmente del tipo y categoría de alojamientos, restaurantes y equipamientos o actividades especiales: desde niveles medio-bajo hasta nivel alto.
- Puesta en marcha de sistemas de información complementaria al visitante (difusión de calendario de eventos y agenda cultural, material audiovisual en transporte público, hoteles, etc.).
- En verano, se podría favorecer el turismo regional, pero sobre todo el local de la provincia, hacia los productos Sol y Playa, que aunque no signifiquen ingresos desde fuera de la provincia, mantengan en pie al sector, generando gasto turístico y dando alternativas de recreación a las comunidades locales.

Comunicación del Plan de Marketing

El Plan de Marketing integral integrante del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia de Formosa debe tener una estrategia comunicacional que garantice su éxito. Para ello se deberían tener en cuenta algunos aspectos a comunicar, tanto dentro como fuera de la provincia.

Objetivo del Plan

El objetivo general es promover un proceso de desarrollo sustentable para la provincia, dentro del cual la actividad turística sea uno de los ejes principales, buscando la proyección y consolidación de la provincia como destino turístico de primer orden a nivel nacional.

El presente plan de marketing engloba los ejes estratégicos, programas y proyectos que se presentan a modo de propuestas pensadas para una planificación de diez años, con implementación desde el corto plazo en varios proyectos. A continuación se detalla un esquema de hilo conductor de las bases de este plan.

Aplicación del Plan

Ante todo es importante la adecuada comunicación del plan, para que pueda divulgarse entre todos los actores, al mismo tiempo que puede enriquecerse con

otras actuaciones, o lograrse la implicación en la financiación de los actores implicados.

El plan de marketing integral es ante todo un instrumento que sugiere determinadas actuaciones que pueden ser protagonizadas por organismos públicos de un modo flexible, ya que para algunas acciones existen actualmente presupuestos y programas en los que pueden llegar a integrarse.

Se deberá aplicar a través de los programas integradores, para lo que será necesario mantener un buen nivel de interlocución y cooperación entre todos los actores implicados.

Se presenta como una base sólida que buscará consolidar el turismo de la provincia, potenciando a la provincia en general. Para ello, se deberá definir una estrategia de marketing hacia el futuro (2013-2022). Se trata de un plan de diez años que se pondrá en marcha acompañado de un plan anual de actividades y que se contrastará con facilidad a partir del Sistema de Informaciones Turísticas, que tendrá la función de transmitir los avances en encuestas de demanda y satisfacción.

Así, este plan, busca ser una herramienta que genere acciones que se puedan transmitir a los agentes turísticos y público masivo para la consolidación del destino Formosa en los segmentos demandados y el incremento de su presencia en el mercado nacional, todo ello con el fin último de que el turismo genere cada vez más progreso económico y social en la provincia, bajo una estrategia de turismo sustentable.

Programa de Comunicación del Plan

El plan de marketing integral debe estar diseñado como una herramienta de cooperación entre las diferentes administraciones con competencias en la planificación, diseño y creación de producto, promoción, comercialización, seguimiento y calidad de los diferentes productos turísticos a ofertar por el destino.

Por tanto, puede ser ejecutado a corto y medio plazo por el conjunto de actores, existiendo algunas actuaciones que podrían realizarse ya, sobre todo por las administraciones turísticas y las ambientales. Las acciones básicas son:

- Comunicar el plan y sus contenidos a los funcionarios de la provincia que actúan en la provincia y en el país, para que colaboren en la tarea de la difusión del destino y en las acciones de promoción que la Co.De.Tur o el Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa realice en los diferentes segmentos.
- Comunicar el plan al sector privado turístico local para informar sobre la política de turismo definida con el objeto de sensibilizarlos para realizar campañas de promoción conjunta con otros mercados.
- Comunicar el plan a potenciales inversores y captar nuevas inversiones turísticas.
- Comunicar a la población en general destacando la importancia de la actividad turística en la generación de empleos y por lo tanto, el desarrollo económico del lugar.
- Sumar adherentes e identificación con el plan, de forma participada con las sugerencias de los actores implicados.

Difusión y Promoción del Plan

Acciones como difundir, comunicar, sensibilizar, educar, concienciar, motivar e implicar a los diferentes colectivos presentes en Formosa conforman los pilares básicos en la sensibilización y comunicación del plan.

Esta actuación recoge un conjunto de acciones a realizar con la finalidad de difundir el próximo plan de marketing integral a los diferentes públicos objetivos determinantes para su sensibilización, aceptación y colaboración en la aplicación del mismo.

10.6.3.4. Proyecto Motor 4: Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur.

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE3 - Fortalecimiento del rol turístico del sector público local

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

- Objetivos y Descripción

-

Objetivos: creación de la Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur., un entre mixto Público – privado.

La Co.De.Tur. debería planificar el desarrollo del sector turismo en los próximos 10 años de implementación del Plan Estratégico, bajo la coordinación del Ministerio de Turismo.

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa (coordinación).

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs, Comunidades locales y aborígenes, APN.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Seguimiento y evaluación de actividades con una periodicidad trimestral.

- Cronograma y forma de implementación

Una vez comenzado el Plan de Marketing, en paralelo dar inicio a las actividades de la Co.De.Tur.

10.6.3.5.. Proyecto Motor 5. Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Parque Nacional Río Pilcomayo. Destacamentos Laguna Blanca y Estero Poí

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

EE9 - Preservación de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales

- Objetivos y Descripción

Objetivos: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Parque Nacional Río Pilcomayo. Destacamentos Laguna Blanca y Estero Poí

- a) Ordenamiento del circuito turístico en el Parque nacional Río Pilcomayo- Destacamento Laguna Blanca. Construcción de una oficina de informes en la ruta 86 (lugar a designar), enripiado del camino con señalética hasta la delegación de Laguna Blanca, terminación del centro de interpretación, construcción de dormis, construcción de una confitería (sobre la laguna para un mayor avistaje de la fauna y flora del lugar), mejoramiento e higiene de sanitarios, puesta en valor del sendero autoguiado de los monos y creación de otros senderos.

- b) Destacamento del Estero Poí: Construcción de un sendero de conexión con Laguna Blanca, enripiado desde el acceso hasta el Río Pilcomayo, mejoramiento del centro de interpretación de parques y construcción de una confitería.

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Poder Ejecutivo Provincial

Administración de Parques Nacionales

Ministerio de Turismo de la Nación

Municipio de Laguna Blanca

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Administración de Parques Nacionales

Municipio de Laguna Blanca

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs, Comunidades locales y aborígenes.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Planificación de metas físicas de actividades, tablero de control de cumplimiento de las obras previstas.

- Cronograma y forma de implementación

Se trata de un proyecto motor de mediano plazo, con realización óptima en un plazo no mayor a los tres años, con ejecuciones intermedias de obras de infraestructura de menor volumen (dormis, confiterías, sanitarios).

10.6.3.6. Proyecto Motor 6: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Bañado La Estrella

- Eje Estratégico de Pertenencia

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

EE9 - Preservación de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales

- Objetivos y Descripción

Objetivos: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos del Bañado La Estrella. Centro de Interpretación, Complejo Turístico y Sendero Autoguiado del Bañado en RP28.

Construcción de una pasarela con señalética específica, de un centro de interpretación del entorno con énfasis en Birdwatching, dormis, confitería, sanitarios y de un sendero interpretativo autoguiado.

La red de tendido eléctrico provincial se está instalando en marzo de 2013 y corre paralela a la RP 28 y en el vertedero del Bañado afecta definitivamente la imagen natural del atractivo. Se recomienda modificar el trazado solo en el tramo del vertedero.

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Poder Ejecutivo Provincial

Administración de Parques Nacionales

Ministerio de Turismo de la Nación

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Administración de Parques Nacionales

Municipio de Las Lomitas

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs, Comunidades locales y aborígenes.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Planificación de metas físicas de actividades, tablero de control de cumplimiento de las obras previstas.

- Cronograma y forma de implementación

Se trata de un proyecto motor de mediano plazo, con realización óptima en un plazo no mayor a los tres años, con ejecuciones intermedias de obras de infraestructura de menor volumen (dormis, confiterías, sanitarios).

10.6.3.7. Proyecto Motor 7: Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca

- Eje Estratégico de Pertenencia

-

EE1 - Desarrollo de la Demanda Turística Actual y Potencial

EE2 - Desarrollo y Competitividad de la Oferta Turística Actual y Potencial

EE9 - Preservación de los Recursos Turísticos Naturales y Culturales

- Objetivos y Descripción

-

Objetivos: puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turísticos de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca. Construcción de un centro de Interpretación. Mejoramiento de la accesibilidad: más transporte público y construcción de accesos viales pavimentados. Más infraestructura para el turista (buffet, confitería, dormis, más sanitarios, espacios de mayor sombra).

- Órgano Ejecutor

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Poder Ejecutivo Provincial

Ministerio de Turismo de la Nación

Municipalidad de la ciudad de Formosa

- Actores Involucrados

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Municipalidad de la ciudad de Formosa

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs, Comunidad local.

- Métodos e instrumentos de evaluación y control

Planificación de metas físicas de actividades, tablero de control de cumplimiento de las obras previstas.

- Cronograma y forma de implementación

Es otro proyecto motor de mediano plazo, con realización óptima en un plazo no mayor al año y medio, con ejecuciones intermedias previas de obras de infraestructura de menor volumen (dormis, confiterías, sanitarios).

10.6.4. Listado de 30 proyectos complementarios

De los 141 proyectos identificados, 7 fueron seleccionados como proyectos motores, en función de la metodología aplicada.

De los restantes 134 proyectos, se presentan en este apartado aquellos seleccionados en los siguientes 30 puestos del ranking, a modo de prioridad en su importancia.

Esto, sin embargo, no indica que los restantes 104 proyectos no sean relevantes, sino que reúnen aspectos relevantes y significativos para que el turismo se transforme en una actividad importante en la provincia de Formosa.

N° proy	N°	30 proyectos complementarios	ACEPTABILIDAD SOCIAL					IMPACTOS			Puntaje	
			0,12	0,12	0,12	0,15	0,15	0,09	0,15	0,10		
			Comunidades Locales	Municipios	Sector Emprendedores Turísticos	En Oferta Turística	En demanda Turística	Transversalidad y Bienes Multiplicador	Ambientales	Urbanístico-Territoriales		
8	2.21	Circuito Norte Clorinda - RN Ro Pilecomayo, Laguna Blanca	3	2	3	2	2	2	2	0	3	2,04
9	3.2	Fiesta Nacional del Pomelo (Laguna Blanca)	3	3	2	3	2	2	2	-1	3	2,04
10	6.2	Canalización del marketing de Formosa por la Ss.Ds.Tur.	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1,99
11	2.1	Circuito de Ecoturismo "El Imperio del Verde" (RN Pilecomayo - Laguna Blanca - Bahada La Estrella)	3	2	3	3	2	2	2	-1	2	1,94
12	14.4	Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos.	2	0	3	3	3	2	2	1	1	1,93
13	3.3	Fiesta de la Corvina (Herradura)	3	3	2	3	2	2	2	-2	3	1,89
14	6.3	Conformación de equipos técnicos permanentes y semi permanentes para el Marketing del destino.	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1,81
15	2.17	Circuito Turístico Ciudad de Formosa	3	2	1	2	2	2	2	0	3	1,80
16	3.13	Desarrollo de Proyecto y Construcción de Complejo Herradura (Banco Ortola de, frente a la Playa) Equipamiento turístico, recreativo.	2	3	1	3	2	2	2	-1	3	1,80
17	1.5	Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.	2	2	2	3	3	2	2	0	0	1,80
18	2.22	Circuito Turístico Sur (Herradura, S.Francisco de Ibarra, El Colorado)	3	1	2	3	1	2	2	0	3	1,80

19	12.2	Plan de manejo de áreas protegidas provinciales y municipales.	3	1	1	2	1	1	1	3	2	1,79
20	14.6	Optimización de la página web de turismo de Formosa.	2	0	3	2	3	2	2	1	1	1,78
21	14.7	Presencia en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.	1	1	3	2	3	2	2	1	1	1,78
22	2.20	Sal, Pesca y Pesca en Reserva de Biosfera Laguna Oca	3	2	2	2	2	2	2	-1	3	1,77
23	5.5	Servicios de Asistencia Financiera a emprendedores turísticos locales.	3	1	3	3	2	2	2	0	0	1,77
24	9.1	Símbola Turística RN81	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1,76
25	9.2	Símbola Turística RN86	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1,76
26	9.3	Símbola Turística en RN11	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1,76
27	1.1	Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas.	2	2	2	2	3	2	2	0	1	1,75
28	12.5	Manual de Identidad y Diseño del Espacio Público Urbano Formosino	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1,74
29	7.3	Apoyo a la Implementación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Herradura.	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1,73
30	2.18	Circuito "Viva la Costanera" (Actividades en Costanera Verde de Formosa)	3	2	1	2	2	1	1	0	3	1,71
31	8.21	Planificación Urbano - Ambiental y Puesta en Valor del Área Urbana de Clorinda.	3	1	2	1	1	1	1	2	3	1,71
32	2.4	Reservación Terrestre Guada por Bahada La Estrella (RP28 y otras perimetrales).	3	2	3	2	2	1	1	-1	2	1,70
33	3.1	Calendario de Eventos Culturales	2	3	1	2	2	2	2	0	2	1,70
34	9.22	Creación de Zona Franca, Free Shop y Centro de Compras en Clorinda (orientado al turismo paraguayo y argentino).	3	1	2	2	2	2	2	0	2	1,70
35	8.4	Pavimentación y mejoras en RP2 (Laguna Blanca - Formosa)	2	2	2	3	1	2	2	0	2	1,70
36	13.1	IAD de la Marca Formosa	2	1	2	2	3	1	1	1	1	1,69
37	1.3	Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias.	1	2	2	3	3	2	2	0	0	1,68

10.6.5. Listado de 104 proyectos restantes

Como se señaló anteriormente, se presentan a continuación los 104 proyectos restantes, los cuales son cada uno relevantes en la medida en que, por ejemplo, el último de los proyectos ordenados ha logrado una medición de 0.73 puntos, positiva, lo cual lo justifica como proyecto posible. En el Anexo se presenta el detalle evaluativo de los mismos.

La importancia de contar con este listado priorizado de proyectos radica en abrir la posibilidad de que medianos y pequeños inversores privados, locales o externos, puedan avanzar en el desarrollo de iniciativas enmarcadas en la estrategia turística global de la provincia, en paralelo al desarrollo de los proyectos motores y prioritarios, en los cuales el aporte e impulso del sector público será fundamental.

Se trata, en definitiva, de contar con una “bolsa de proyectos turísticos” que estimule y direcciona el impulso inversor privado hacia el cumplimiento de los objetivos y estrategias del Plan.

N°	100 Proyectos y Acciones Complementarios
4.2.	Sistema de Gestión de Calidad Turística en empresas y prestadores turísticos
12.3.	Proyectos de protección y puesta en valor del Patrimonio Natural.
6.4.	Desarrollo de centros de Información turística unificados (gestión a cargo de la Co.De.Tur.)
9.5.	Señalética Turística en RP2
2.26.	Sol, Playa y Pesca en Herradura
1.4.	Fortalecimiento del Turismo interno y regional.
5.3.	Formación de RRHH en el Ministerio de Turismo.
5.4.	Servicios de Asistencia Técnica a emprendedores turísticos locales.
15.4.	Formación de RRHH en el Ministerio de Turismo.
12.4.	Proyectos integrados de mejora del Espacio Público Urbano.
2.13.	Turismo Étnico / Vivencial en Colonia Aborigen La Primavera.
2.14.	Turismo Étnico / Vivencial en Asentamiento Barloomé de las Casas (Pilagas - Bañado La Estrella).
2.15.	Turismo Étnico / Vivencial y Agroturismo en Comunidad Campo del Cielo (Pilagas).
2.16.	Turismo Étnico en Comunidades Wichís.
8.9.	Puesta en valor de Reserva Guaycolec
2.5.	Avistaje de Aves (R.B. Laguna Oca, Reserva Guaycolec, P.N. Rio Pilcomayo, Bo. La Estrella).
11.1.	Implementación de Fideicomisos para inversión en Turismo.
2.19.	Excursión a Reserva Guaycolec.
2.24.	Corredor Turístico de la Biodiversidad del NEA (Bañado La Estrella - PN Pilcomayo - Reserva Guaycolec - Reserva de Biosfera Laguna Oca - Esteros del Iváez - Pilagas).
2.29.	Círculo de Turismo Religioso en San Francisco del Icañi: Creación de Espacio Franciscano Formosino
8.18.	Paseo Costanero en Arroyo Madrejón (Las Lomitas)
2.6.	Ruta de las Artesanías Aborígenes
15.6.	Formación terciaria de guías y operadores turísticos.
1.2.	Encuesta anual de satisfacción de visitantes.
14.8.	Plan de difusión e incentivos para turismo contra-estacional regional (fines de semana largos).
11.2.	Incentivos a la inversión en establecimientos hoteleros.
15.9.	Creación de Terciario en Turismo (Formación de Guías Turísticos) en Las Lomitas.
15.10.	Formación de Guías Turísticos locales en Licenciatura en Turismo de Laguna Blanca (especialización).
5.1.	Revisión de Organigrama y objetivos del Ministerio de Turismo

5.2	Sistema de seguimiento, monitoreo y ajustes del Plan.
7.4	Apoyo al desarrollo de Planes Municipales de Turismo Sustentable.
14.14	Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino.
2.2	Safari Fotográfico en 'El Imperio del Verde'.
2.15	Turismo Ético / Vivencial y Agroturismo en Comunidad Campo del Cielo (Pilagas).
2.16	Turismo Ético en Comunidades Wichís.
8.9	Puesta en valor de Reserva Guaycolec.
2.5	Alistaje de Aves (R.B. Laguna Oca, Reserva Guaycolec, P.N. Rio Pilcomayo, Bo. La Estrella).
11.1.	Implementación de fidelizaciones para inversión en Turismo.
2.19	Excursión a Reserva Guaycolec.
2.24	Corredor Turístico de la Biodiversidad del NEA (Bahado La Estrella - PN Pilcomayo - Reserva Guaycolec - Reserva de Biosfera Laguna Oca - Esteros del Izozog - Pilagas).
2.29	Círculo de Turismo Religioso en San Francisco del Icaishi: Creación de Espacio Franciscano Formosense.
8.18	Paseo Costanero en Arroyo Madrejon (Las Lomitas).
2.6	Ruta de las Artesanías Aborígenes.
15.6	Formación terciaria de guías y operadores turísticos.
1.2	Encuesta anual de satisfacción de visitantes.
14.8	Plan de difusión e incentivos para turismo contra-estacional regional (fines de semana largos).
11.2	Incentivos a la inversión en establecimientos hoteleros.
15.9	Creación de Terciario en Turismo (Formación de Guías Turísticas) en Las Lomitas.
15.10	Formación de Guías Turísticas locales en Licenciatura en Turismo de Laguna Blanca (especialización).
5.1	Revisión de Organigrama y objetivos del Ministerio de Turismo.
5.2	Sistema de seguimiento, monitoreo y ajustes del Plan.
7.4	Apoyo al desarrollo de Planes Municipales de Turismo Sustentable.
14.14	Proyecto de Conectividad e Información Turística en destino.
2.2	Safari Fotográfico en 'El Imperio del Verde'.
14.13	Campaña de difusión turística en eventos deportivos televisados (Voley, Basquet, etc.).
13.2	Desarrollo de Manual de Comunicación Visual de la Marca Formosa.
8.17	Propuesta de modificación de trazado de lindero de red provincial eléctrica junto a RP28 en Bahado La Estrella.
8.14	Predio para eventos culturales y turísticos en Pirané.
2.32	Turismo Rural articulado con los Festivales Folclóricos y eventos culturales y turísticos.
6.5	Mecanismos de sociatividad para el aprovechamiento conjunto de herramientas y proyectos de marketing del destino.
8.8	Mejoras edilicias en Aeropuerto Formosa - El Pucú.
10.1	Recuperación y puesta en valor de Hotel Internacional de Turismo.
13.3	I&D de la Marca Formosa en Artesanías.
15.3	Capacitación en Calidad de Servicios a personal de empresas turísticas.
16.3	Manual de Calidad y Estilo de Artesanías Aborígenes Formosenses.
16.4	Sello de Origen de Artesanías Formosenses.

2.9	Excursión Pluvial: Turismo Aventura Clorinda PN Rio Pilcomayo.
8.19	Creación de Centro Cultural y Museo en Clorinda.
10.5	Estímulo y difusión de comida regional en establecimientos gastronómicos.
15.5	Inserción de la materia turística en los planes de estudio escolares (concientización en niños y jóvenes).
8.3	Pavimentación y mejoras en RP1.
14.9	Plan de difusión e incentivos para el Turismo Receptivo de fines de semana desde Asunción.
12.8	Preservación del Monumento Natural Yaguarete.
7.2	Organización del controlador del Ministerio de Turismo a empresas y actividades turísticas.
7.1	Proyecto de Ley de Turismo y reglamentación de las actividades relacionadas a Turismo, a nivel provincial y municipal.
14.12	Plan de difusión e incentivos para turismo de negocios y congresos en ciudad de Formosa.
10.2	Implementación de Sistema de Calidad de Empresas Hoteleras y Gastronómicas.
15.7	Formación terciaria de personal de empresas hoteleras y gastronómicas.
8.12	Diseño y Construcción de Feria Artesanal y Gastronómica en Herradura.
8.15	Reserva Natural de Flora y Fauna en Pirané.
14.11	Plan de difusión e incentivos para el turismo religioso en sus dos áreas de desarrollo: San Francisco del Icaishi y el Via Crucis Formosense de la RB N1.
14.18	Realización de Congreso Anual de Turismo Sustentable en Instituto de Producción y Medio Ambiente (Laguna Blanca).
16.1	Recopilación escrita y publicación de memoria cultural de los pueblos aborígenes.
16.6	Promoción del cooperativismo para emprendimientos turísticos en comunidades aborígenes.
12.7	Certificación ambiental de empresas turísticas.
8.11	Introducción de áreas de sombra en Costanera Vuelta Formosa.
2.7	Cruzero Turístico Formosa - Asunción (paradas y actividades en Herradura / Formosa /
15.1	Acciones de concientización turística a la comunidad.
2.34	Círculo de turismo de aventura de la Reserva Provincial Formosa (próxima Ing. Juárez).
2.30	Excursión al Chaco Central Formosense (RN Formosa, Rio Tequiquito, Laguna Yema).
14.15	Stand de Información y Servicios Turísticos en Costanera Vuelta Formosa.
10.3	Capacitación en calidad de servicios de hotelería y gastronomía.
14.10	Plan de difusión e incentivos para turismo social regional.
15.2	Relevamiento de demanda laboral en Turismo.
16.2	Diseño participativo de circuitos y productos de turismo ético y vivencial con comunidades aborígenes.
16.5	Formación de aborígenes como guías y microemprendedores de turismo receptivo.
16.7	Asistencia Técnica a comunidades aborígenes para el desarrollo del Agroturismo.
8.20	Creación de Taller y Mercado Artesanal para comunidad Qom en Clorinda.
14.16	Stand de Información y Servicios Turísticos en Aeropuerto Formosa - El Pucú.
14.17	Stand de Información y Servicios Turísticos en Terminal de Ómnibus.
8.1	Pavimentación o Mejoras en RP 39 (A Reserva Provincial Formosa).
10.4	Inventario y manual de la gastronomía regional.
8.2	Pavimentación o Mejoras en RP37 (A Laguna Yema).
8.7	Pavimentación y mejoras en RP9.

10.7.- Agenda de ejecución de los proyectos identificados

A continuación se presenta una agenda sugerida de implementación temporal de los distintos proyectos identificados en este trabajo.

Al respecto, en el primer cuadro, se tiene los proyectos motores, dada su importancia, se presentan por separado, clasificando la implementación temporal entre corto plazo, menos de un año, mediano plazo, menos de dos, y largo plazo, más de tres años.

En este sentido, se resalta la relevancia de cuatro de los siete proyectos motores, que son de corto plazo, siendo los dos primeros, a entender de este equipo consultor, de muy corto plazo, dado que se estima se podrían implementar en el término de seis meses.

En tanto, el plan de marketing y la organización de la Co.De.Tur. insumirían un plazo del orden de un año. En cambio, proyectos que involucran inversiones físicas insumirán un plazo en el orden de los tres años, por lo menos. Finalmente, se presenta la matriz sugerida para los 30 proyectos complementarios más relevantes.

Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa				
Matriz de proyectos motores de corto plazo y largo plazo				
	Proyectos	Corto plazo (1 año)	Mediano plazo (dos años)	Largo plazo (3 o más años)
	Proyectos motores			
1	Campana masiva de publicidad	6 meses	-	-
2	"Folleto unificador" de atractivos, circuitos y servicios turisticos	6 meses	-	-
3	Plan de Marketing de la Provincia de Formosa	en menos de 1 año	-	-
4	Organización de la Corporación de Desarrollo Turistico - Co.De.Tur.	en menos de 1 año	-	-
5	Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turisticos del Parque Nacional Rio Pilcomayo. Destacamentos Laguna Blanca y Estero Poí	-	-	antes de los 3 años
6	Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turisticos del Bañado La Estrella	-	-	antes de los 3 años
7	Puesta en valor integral de Infraestructura y Servicios Turisticos de la Reserva de Biosfera de Laguna Oca	-	antes de 1 año y medio	-

Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Formosa				
Matriz de 30 proyectos complementarios de corto plazo y largo plazo				
	30 Proyectos complementarios	Corto plazo (1 año)	Mediano plazo (dos años)	Largo plazo (3 o más años)
8	Circuito Norte (Clorinda, PN Río Pilcomayo, Laguna Blanca)			antes de los 3 años
9	Fiesta Nacional del Pomelo (Laguna Blanca)		antes de 1 año y medio	
10	Canalización del marketing de Formosa por la Co.De.Tur.	en menos de 1 año		
11	Circuito de Ecoturismo "El Imperio del Verde" (PN R. Pilcomayo – Laguna Blanca – Bañado La Estrella).		antes de 1 año y medio	3 años
12	Comunicación y Posicionamiento Mediático de la Marca Formosa y sus productos turísticos.	en menos de 1 año		
13	Fiesta de la Corvina (Herradura)		antes de 1 año y medio	
14	Conformación de equipos técnicos permanentes y semi-permanentes para el Marketing del destino.	en menos de 1 año		
15	Circuito Turístico Ciudad de Formosa	en menos de 1 año		
16	Desarrollo de Proyecto y Construcción de Complejo Herradura (Banco Ortellado, frente a la Playa). Equipamiento turístico, recreativo, náutico y gastronómico.			antes de los 3 años
17	Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.	en menos de 1 año		
18	Circuito Turístico Sur (Herradura, S.Francisco de Laishi, El Colorado).		antes de 1 año y medio	
19	Plan de manejo de áreas protegidas provinciales y municipales.		antes de 1 año y medio	
20	Optimización de la página web de turismo de Formosa.	en menos de 1 año		
21	Presencia en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.		antes de 1 año y medio	
22	Sol, Playa y Pesca en Reserva de Biosfera Laguna Oca		antes de 1 año y medio	
23	Servicios de Asistencia Financiera a emprendedores turísticos locales.		antes de 1 año y medio	
24	Señalética Turística RN81		antes de 2 años	
25	Señalética Turística RN86		antes de 2 años	
26	Señalética Turística en RN11		antes de 2 años	
27	Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas.	en menos de 1 año		
28	Manual de Identidad y Diseño del Espacio Público Urbano formoseño.	en menos de 1 año		
29	Apoyo a la Implementación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Herradura.	en menos de 1 año		
30	Circuito "Viva la Costanera" (Actividades en Costanera Vuelta Fermoza).	en menos de 1 año		
31	Planificación Urbano - Ambiental y Puesta en Valor del Área Urbana de Clorinda.			antes de los 3 años
32	Excursión Terrestre Guiada por Bañado La Estrella (RP28 y otras perimetrales).		antes de 2 años	
33	Calendario de Eventos Culturales	en menos de 1 año		
34	Creación de Zona Franca, Free Shop y Centro de Compras en Clorinda (orientado al turismo paraguayo y argentino).		antes de 2 años	antes de los 3 años
35	Pavimentación y mejoras en RP2 (Laguna Blanca - Formosa)		antes de 2 años	
36	I&D de la Marca Formosa.	en menos de 1 año		
37	Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias	en menos de 1 año		

10.8.- Diseño del Modelo de Gestión para la aplicación del Plan

10.8.1. Introducción

El objetivo de este Plan Estratégico es contribuir a la transformación de la provincia de Formosa, en materia de turismo, desde su punto de partida actual, que es un destino turístico de relativamente bajo grado de desarrollo, o una serie de atractivos turísticos que aún no conforman productos turísticos de gran mercado, a transformarse en un destino turístico de significación.

Como la provincia de Formosa presenta muchos aspectos que lo configuran potencialmente como un destino turístico de magnitud, pese a que hoy sus antecedentes lo ubican como un destino complementario de otras zonas o un destino de menor fuerza de atracción, este objetivo es de validez.

El modelo de gestión para la aplicación del Plan Estratégico debe considerar aspectos institucionales y de marketing para lograr un impulso inicial.

Por el lado institucional, en el siguiente apartado se realizan algunas consideraciones en torno a las instituciones que deben fortalecer el turismo en la provincia y ser gestoras de un modelo de gestión moderno y competitivo.

En cuanto a las acciones de marketing, es decisivo el diseño de las líneas de actuación adicionales a las existentes. Estas líneas de actuación tienen que ver con un mayor desarrollo de la Marca Formosa, y sus aplicaciones. Se debe lograr comunicar la marca Formosa a un mercado nacional y regional altamente competitivo. Para ello es menester generar estrategias integradas que concentren todos los aspectos a través de un grupo de acciones combinadas de publicidad.

Se debe lograr difundir la marca Formosa. Para ello, se deben considerar algunos instrumentos, como la potenciación de las herramientas que proporcionan las nuevas tecnologías, o la consideración de públicos referentes (agentes de viaje, periodistas de turismo, actores, etc.).

El modelo de gestión incluye un permanente estudio de la demanda turística, con el objetivo de incrementar notablemente los 170.000 visitantes anuales.

Lo mismo, amortiguar la estacionalidad turística, dado que si bien el promedio de visitantes mensuales es de 14.000 personas (2012), la temporada alta es desde Semana Santa a setiembre, y el período noviembre-febrero es el de estacionalidad más baja.

La optimización de la oferta turística es otro objetivo de un modelo de gestión. Cuando se realizó el diagnóstico de la situación de la oferta turística actual de la provincia de Formosa, luego de haber realizado un relevamiento físico y testimonial, ser relevaron rubros como Alojamiento, Conectividad y Transporte, Productos Turísticos, Comercialización y Recursos Naturales. Esta oferta debe estar coordinada en un modelo de gestión turística participativo y con planeamiento estratégico de mediano plazo.

10.8.2. La Planificación para la Gestión

Un cambio novedoso y positivo que se registra en los últimos años en el país, y al cual no es ajeno la provincia de Formosa, está dado por la creciente tendencia a la generación de procesos de planificación estratégica orientados a optimizar el aprovechamiento de oportunidades tales como las que ofrece la actividad turística, o a encuadrar procesos de desarrollo territorial y urbano dentro de parámetros de sustentabilidad, factor este íntimamente ligado a la preservación y usufructo de los recursos turísticos.

Esta situación, que sin dudas constituye un paso adelante en materia de planificación, suele encontrarse, sin embargo, con obstáculos inmediatos para su materialización, relacionados principalmente con una todavía ineficiente organización para la gestión e implementación de esos planes.

Esta situación hace imperativo que los mismos planes incluyan en sus contenidos la “planificación de la gestión”, esto es, el diseño de la organización de sus órganos ejecutores, de los procesos de consenso e involucramiento social que sustentarán sus acciones, de la gestión de los recursos económicos y técnicos que permitirán la

implementación, y de los mecanismos de monitoreo, revisión y ajuste que se utilizarán para optimizar los resultados.

Una primera aproximación metodológica a esta Planificación para la Gestión, impone la necesidad de generar un proceso cíclico y continuo en el tiempo, en el cual se repitan indefinidamente las fases “PDCA” (siglas en inglés de “Planificar”, “Hacer”, “Chequear” o “Controlar”, y “Ajustar”).

Claramente, el Plan Estratégico objeto de este trabajo de consultoría se inscribe en la primera fase de ese proceso y resulta clave e imprescindible, aunque no suficiente, para el éxito del mismo y para el cumplimiento de su objetivo último, tal es el de promover el desarrollo sostenido y sustentable de la actividad turística en la Provincia de Formosa, que se traduzca en un impacto social y económico apreciable para la comunidad local.

10.8.3. Gestión de la Implementación

La segunda fase del proceso cíclico descrito en el apartado anterior se refiere al “hacer”, y se sustenta en el “qué” hacer y en el “quien” será responsable de tales acciones. Deberá determinarse, asimismo, el “como” (referido fundamentalmente a la identificación de recursos humanos, técnicos y económicos requeridos para su ejecución) y el “cuando”, es decir los objetivos de las acciones, expresados en términos de metas y plazos.

Respecto al primer aspecto mencionado, y tal como se señala en apartados específicos de este Plan, la ejecución del mismo se sustenta en distintos “planos” de actuación, que pueden caracterizarse de la siguiente manera:

1. Primer plano: Se refiere a la ejecución de los 7 (siete) “Proyectos Motores” del Plan, identificados y priorizados en función de una evaluación sistemática realizada sobre una cantidad mucho mayor de proyectos, surgidos tanto de las instancias participativas realizadas en la etapa de formulación del plan, como de los desarrollos técnicos elaborados por el equipo consultor.

Se espera que la implementación de estos proyectos genere un impacto de corto y mediano plazo en la actividad turística de la provincia a través de acciones focalizadas y con concentración de la mayor parte de los recursos económicos y técnicos disponibles; además de inducir un efecto multiplicador que se manifieste luego en el desarrollo de otras iniciativas.

2. Segundo plano: Se refiere a la implementación de los Programas, que en una cantidad de 16 (dieciséis) están contemplados en este Plan e incluyen el gradual desarrollo de los restantes proyectos (de los cuales 30 son considerados como “complementarios” a los proyectos motores mencionados en el apartado anterior), de acuerdo al esquema de pertenencia y relaciones que se detallan en las matrices de Programas y Proyectos incluidas en este documento.

Se trata, en este caso de acciones sistemáticas, progresivas e incrementales, con una visión y objetivos de mediano y largo plazo.

3. Tercer plano: Incluye todas aquellas acciones complementarias y concurrentes a los objetivos de este Plan que pudieran generarse, a lo largo del proceso de implementación, a partir de iniciativas del sector público, o de privados y particulares.

Estas acciones deberían canalizarse a través de las instancias de participación permanente que contempla el Plan, y muy especialmente a través de la Corporación de Desarrollo Turístico (Co.De.Tur.) sobre la cual se profundiza en apartados siguientes. Esta modalidad garantizará el carácter abierto y participativo del plan, permitiendo su enriquecimiento y adaptabilidad a los cambios de contexto, a partir de enfoques diversos y complementarios.

El segundo componente de la organización para la implementación está dado por el “quién”, es decir por la identificación de los actores públicos y/o privados a quienes se asignará la responsabilidad ejecutiva y las funciones de apoyo o soporte.

De acuerdo al esquema planteado, será la Co.De.Tur., presidida por los representantes del Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa, el organismo que concentrará y coordinará la ejecución de los proyectos motores identificados para el plan, contando para ello con el soporte técnico de las diversas dependencias del Ministerio, el aporte del sector privado de turismo de la provincia, el

involucramiento de otros actores del sector público y privado y la intervención de consultores privados que pudieran contratarse “ad hoc”, de acuerdo a las necesidades de cada proyecto.

Asimismo, para la implementación de los Programas (referidos como el “segundo plano” de la implementación del Plan), la responsabilidad recaerá principalmente en los organismos del Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa, que programarán sus actividades en función de los objetivos y metas planteados para cada programa, pudiendo articular acciones y recursos con los actores públicos y privados que correspondan según la temática de cada programa y proyectos incluidos.

En relación al “como” de esta fase de implementación, queda claro que la disponibilidad de recursos es un factor clave para el éxito de la misma, por lo cual cada proyecto y programa deberá incluir, en su etapa de planificación ejecutiva, el programa de necesidades y la determinación de las fuentes de financiamiento necesarias para su gestión, considerando como dato primordial el retorno económico y social esperable de cada iniciativa.

Respecto al “cuando”, resulta esencial que en la planificación de la implementación se incluya un esquema de metas parciales involucradas en cada Proyecto o Programa, calendarizadas a lo largo del tiempo, lo cual constituirá un insumo básico para el monitoreo y evaluación de cumplimiento de objetivos del Plan.

Matriz de Gestión de Implementación para proyectos específicos

Plano	Proyectos Motores / Programas	Órgano Ejecutor Responsable	Recursos Humanos	Recursos Técnicos	Recursos Económicos	Etapas / Metas	Plazos
1	Proyecto Motor N° 3: Centro de Interpretación, Complejo Turístico, y Sendero Autoguiado del Bañado La Estrella en RP28	Co.De.Tur.	- Personal técnico Ministerio de Turismo.	- Relevamientos planialtimétricos, Fotográficos y Satelitales	Financiamiento Externo (BID / CFI / Etc.)	1. Pre-Factibilidad	jun-14
			- Personal especializado de empresas y operadores turísticos.	- Investigaciones de oferta y demanda para el atractivo.		2. Evaluación de Alternativas.	oct-13
			- Consultores Turísticos Externos	- Identificación de circuitos existentes y potenciales.		3. Factibilidad	feb-14
			- Consultores Ambientales Externos	- Relevamientos y estudios ambientales.		4. Anteproyecto	jun-14
			- Consultores Arquitectos Externos	- Técnicas y recursos constructivos disponibles en el área.		5. Proyecto Ejecutivo.	dic-14
				6. Construcción		dic-15	
				7. Puesta en Funcionamiento		ene-16	
2	Programa N° 1: I&D de la Demanda	Ministerio de Turismo (Secretaría de Planificación Turística)	Secretaría de Planificación Turística	- Sistema de Información Geográfica (GIS)	Presupuesto Propio	1. Determinación de Objetivos del Programa	feb-14
			Secretaría de Informaciones Turísticas.	- Red y Base de Datos de Establecimientos Turísticos de la Provincia		2. Organización para la Implementación	jun-14
				- Estadísticas Turísticas Internacionales, Nacionales y Provinciales. - Encuestas Turísticas		3. Calendarización de acciones y proyectos del programa.	ago-14

10.8.4. Gestión del Monitoreo

La tercera etapa del proceso "PDCA" mencionado antes, se focaliza en el seguimiento y la revisión, con vistas a generar procesos cíclicos de ajuste y perfeccionamiento en la implementación del Plan.

A tal fin, resulta imprescindible como insumo el contar con fuentes de información precisa y confiable sobre la evolución de los principales indicadores de desempeño de la actividad turística en su conjunto y de cada uno de los proyectos motores y programas que componen el Plan.

La organización de este monitoreo se centrará en la conformación del Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa, cuya conformación y funciones se detallan en los capítulos siguiente.

Este Observatorio coordinará y se nutrirá del funcionamiento del Sistema de Informaciones Turísticas, que además de nutrirse, como sucede en la actualidad, de información generada por los organismos provinciales y nacionales de estadísticas, recopilará y generará información relativa a los indicadores específicos mencionados anteriormente.

La fase de monitoreo y revisión se sustentará en los siguientes componentes:

1. Determinación de Indicadores Críticos de Desempeño de la actividad turística.
Se trata de un grupo reducido de indicadores capaces de expresar, en una serie de mediciones, la evolución general de la actividad turística en la provincia. Se propone la utilización de los siguientes indicadores, ya asumidos como válidos en la gran mayoría de los procesos de planificación y gestión turística en el mundo:
 - Afluencia Turística (Unidad de Medición: Cantidad de Turistas ingresados por mes / año).
 - Ocupación Hotelera (Unidad de Medición: Porcentaje de Ocupación de Establecimientos Hoteleros por mes / año).
 - Pernocte (Unidad de Medición: Cantidad promedio de noches de permanencia en la provincia por turista).
 - Gasto Turístico (Unidad de Medición: Pesos promedio, a valores constantes, gastados por día y por turista).
 - Fidelización (Unidad de Medición: porcentaje de turistas ingresados que repiten su ingreso a la provincia).

2. Determinación de Indicadores Críticos de Desempeño de Proyectos Motores.
Involucra la identificación de indicadores específicos para cada uno de los proyectos motores seleccionados para impulsar el desarrollo inicial de la

actividad turística en la Provincia de Formosa. Involucran, a su vez, dos tipos de indicadores:

Indicadores de Implementación (para seguimiento de su concreción y puesta en funcionamiento)

- Avance de Estudios de Pre-Factibilidad (U.M.: Porcentaje de Avance).
- Avance de Evaluación de Alternativas (U.M.: Porcentaje de Avance).
- Avance de Estudios de Factibilidad (U.M.: Porcentaje de Avance).
- Avance de Anteproyecto (U.M.: Porcentaje de Avance).
- Avance de Proyecto Ejecutivo (U.M.: Porcentaje de Avance).
- Avance de Construcción / Ejecución (U.M.: Porcentaje de Avance).

Indicadores de Gestión (para seguimiento de su efectividad luego de implementados).

- Afluencia Turística (U.M.: Turistas usuarios del proyecto o atractivo, por mes / año).
- Ingresos (U.M.: Ingresos directos e indirectos generados por el proyecto o producto turístico por mes / año).
- Satisfacción (U.M.: Nivel de satisfacción de los turísticos respecto al proyecto o producto turístico, de acuerdo a encuestas y otros relevamientos de opinión).
- Otros indicadores específicos de cada proyecto.

3. Determinación de Objetivos y Metas.

La evaluación del desempeño del Plan requiere la posibilidad de contrastación entre las mediciones a realizar en forma periódica y las metas y objetivos que previamente se habían determinado para cada uno de los indicadores establecidos.

A tal fin, resulta necesario precisar, para cada uno de los indicadores seleccionados en cada uno de los proyectos motores y programas, las metas para cada período de medición (entendidas como valores a alcanzar por el

indicador en cada período), resultando conveniente definir las para niveles de corto, mediano y largo plazo.

4. Medición de los Indicadores.

Involucra los relevamientos de información necesarios para el cálculo de los indicadores en cada instancia de medición, de acuerdo a una frecuencia pre-establecida.

Para ello, la planificación de la etapa de monitoreo y revisión determinará las responsabilidades y medios de medición a utilizar para garantizar la consistencia y trazabilidad de la información obtenida a lo largo del tiempo.

Estos aspectos estarán cubiertos por los alcances del Sistema de Informaciones Turísticas y formarán parte de las responsabilidades del Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa, sobre los cuales se profundiza en los capítulos siguientes.

5. Análisis de los Indicadores.

Una vez obtenidos los resultados de los indicadores en base a la información relevada en cada medición, se deberá realizar la contrastación con las metas o valores objetivo previamente determinados para cada indicador, permitiendo evaluar si el desempeño se encuentra por encima o por debajo del estándar deseado.

A partir de esa contrastación, será factible determinar qué aspectos del proceso registran debilidades y requieren de acciones correctivas, para los cuales será necesario un análisis de “causa raíz” de tales falencias.

10.8.5. Gestión del Ajuste para la Mejora Continua

La última etapa del proceso “PDCA” mencionado antes se orienta a la implementación de las acciones de corrección y ajuste resultantes de las conclusiones de la etapa anterior, y focalizadas principalmente en aquellos indicadores que pudieran haber registrado valores por debajo de los niveles esperados en cada fase de medición.

Esto deberá plasmarse en planes de acción sectoriales que ataquen las causas raíz que generaron los valores sub-estándar en los indicadores y faciliten el retorno a fases positivas en la evolución de los mismos.

Estos planes de acción constituirán, de manera cíclica, los nuevos inputs que nutrirán los respectivos programas, insertando a los mismos en el proceso deseado de mejora continua.

10.9.- Autores y actores involucrados en el proceso de planificación

10.9.1. Actores públicos y privados

Los actores para el desarrollo del turismo en la provincia de Formosa son todos los formoseños. Obviamente, el eje pasa por el sector público, en los organismos relacionados, y en el sector privado, en los rubros más vinculados a la actividad.

El rol del sector público provincial ha sido decisivo en los últimos años para consolidar la infraestructura para el turismo. Pensando en futuro, el fortalecimiento institucional del Ministerio de turismo, por su rol en el desarrollo turístico es clave, pues la demanda será cada vez mayor.

El rol del sector privado, por su parte, es crucial, pues debe dar un salto organizacional y de competitividad, integrando una oferta de servicios turísticos algo dispersa en el espacio y en el tiempo.

Se debe trabajar para lograr una mejor gestión integral público-privada del destino, a partir de la gestión pública, ejecutando planes, programas y proyectos capaces de generar un desarrollo turístico sustentable e incrementando la calidad de acción estatal.

El esquema básico de actores relacionados con el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia sería el siguiente:

- Órgano Ejecutor y coordinador:

Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

- Actores Involucrados

Sector Público

Ministerio de Turismo de la Nación

Consejo Federal de Inversiones

Poder Ejecutivo Provincial

Municipios de la provincia de Formosa

Administración de Parques Nacionales

Gendarmería Nacional

Prefectura Nacional

Sector privado

Sector empresario, operadores, agentes de turismo, agencias de viaje, hoteleros, gastronómicos, etc.

ONGs.

Comunidades locales

Comunidades aborígenes pilagás, wichis, qom.

Organismos mixtos público-privados

Co.De. Tur. Corporación de Desarrollo Turístico -- Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa

Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa

10.9.2. Propuesta para la constitución de un Consejo Asesor

Esta propuesta evalúa la conveniencia respecto a la creación de un Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa.

El Consejo Asesor tendrá a su cargo la asistencia y la realización de recomendaciones en el proceso de aplicación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable.

En este capítulo se proponen los criterios de conformación de dicho Consejo, así como también las pautas de funcionamiento y el alcance de su injerencia.

Objetivos

El Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa tendrá dos objetivos:

1) El Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa tendrá a su cargo la asistencia y la realización de recomendaciones en el proceso de aplicación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia, siendo dependiente del Ministerio de Turismo de la provincia de Formosa.

2) El Consejo Asesor de Desarrollo Turístico de la provincia de Formosa debería conformar equipos políticos, de gestión y técnicos, permanentes y semi-permanentes, para el trabajo de mediano plazo de planificación del desarrollo turístico de la provincia.

Programas vinculados en este estudio del Plan Estratégico

Entre los programas vinculados a esta propuesta, en el Informe 2 realizado por este equipo consultor, se encuentran los programas de Asociatividad Turística.

Entre ellos, se destacan la Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur. (Mixta Pub. / Priv.); la canalización del marketing de Formosa por la Co.De.Tur.; La conformación de equipos técnicos permanentes y semi-permanentes para el Marketing del destino; El desarrollo de centros de información turística unificados (gestión a cargo de la Co.De.Tur.); los mecanismos de asociatividad para el aprovechamiento conjunto de herramientas y proyectos de marketing del destino; y la conformación de Red de Prestadores de Turismo Étnico / Vivencial.

Programas de asociatividad turística

6.	Programa de Asociatividad Turística									
6.1.	Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur. (Mixta Pub. / Priv.)	3	3	3	3	2	3	1	1	2,35
6.2.	Canalización del marketing de Formosa por la Co.De.Tur.	3	3	2	2	2	2	1	1	1,99
6.3.	Conformación de equipos técnicos permanentes y semi-permanentes para el Marketing del destino.	2	2	2	2	3	1	1	1	1,81
6.4.	Desarrollo de centros de información turística unificados (gestión a cargo de la Co.De.Tur.)	2	2	2	2	3	1	0	1	1,66
6.5.	Mecanismos de asociatividad para el aprovechamiento conjunto de herramientas y proyectos de marketing del destino.	1	1	1	2	3	2	0	0	1,29
6.6.	Conformación de Red de Prestadores de Turismo Étnico / Vivencial	2	1	2	2	2	1	0	1	1,39

Proyecto 6.1. Organización de la Corporación de Desarrollo Turístico - Co.De.Tur.

La Co.De.Tur de la provincia de Formosa es uno de los siete proyectos motores presentados en el informe 2.

Una vez constituida, la Co.De.Tur. tendrá la tarea de asesorar al Ministerio de Turismo de la provincia en el desarrollo de programas de comercialización turística de los productos diseñados encaminados a la consecución de los objetivos fijados, como así también en todos los temas relacionados con el sector que el ministerio establezca.

Proyecto 6.2.Canalización del marketing de Formosa por la Co.De.Tur.

Una propuesta posible es que la Co.De.Tur.canalice la realización del plan de marketing integral de turismo de la provincia

Proyecto 6.3.Conformación de equipos técnicos permanentes y semi-permanentes para el marketing del destino

La Co.De.Tur. debería ser un órgano de conformación de equipos técnicos permanentes y semi-permanentes para el trabajo de desarrollo turístico de la provincia.

Proyecto 6.4.Desarrollo de centros de información turística unificados (gestión a cargo de la Co.De.Tur.)

Los centros de información turística de la provincia son claves, y deberían estar en:

- 1) El ingreso a la provincia por la RN 11 desde el sur.
- 2) En el aeropuerto.
- 3) En la terminal de ómnibus de la ciudad de Formosa
- 4) En el acceso por Clorinda desde Asunción

5) En la ciudad de ingeniero Juárez en el acceso desde el oeste por la RN 81.

6) En la ciudad de Buenos Aires en el micro o macrocentro porteño, no necesariamente en la Casa de la provincia de Formosa, de modo de optimizar la ubicación en un lugar más atractivo que el actual (barrio de Congreso).

Criterios de conformación de dicho Consejo

Los criterios serán definidos por el Ministerio de Turismo de la provincia de Formosa. El Consejo o Co.De.Tur.debería estar presidido por las autoridades del Ministerio de Turismo de la provincia, el Sr Ministro y la Sra. Directora de Promoción Turística, e integrado por:

- El staff principal del Ministerio, que viene trabajando hace años y tiene el know-how de la actividad y de la provincia.
- Representantes comprometidos del sector empresario turístico local, sean de agencias de viajes, hoteleros, gastronómicos. Se sugiere uno por sector, rotativo con una duración de un año en el cargo.
- Representantes comprometidos del sector de ONGs provinciales. Se sugiere una persona de la Administración de Parques Nacionales, y un representante de otra ONG.
- Otros integrantes del Poder Ejecutivo Provincial, que estén relacionados con la actividad. Podría ser proveniente de las Subsecretarías e Cultura o Deportes, o de otro organismo.
- Consejeros externos a la provincia, de modo de tener una visión alternativa y complementaria a la local.

En total, se sugiere que la integración del Consejo no supere las 15 personas.

10.9. 3. Propuesta de Implementación de un Observatorio Turístico

Esta propuesta consiste en el diseño de lineamientos y sugerencias para la implementación del Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa. Su función será la de generar información precisa, fiable, periódica y comparable, de manera de poder contar con datos actualizados sobre la evolución del sector, dato indispensable para agilizar la evaluación, control e implementación de políticas y acciones correctivas concernientes a la actividad del turismo en la provincia.

El sistema de información turística en la actualidad

La información turística acerca de la provincia de Formosa, en lo atinente al sistema estadístico, se encuentra básicamente originada por dos fuentes: el Ministerio de Turismo de la Nación en conjunto con el INDEC, y el Ministerio de Turismo de la provincia.

El Ministerio de Turismo de la Nación en conjunto con el INDEC provee una serie de informaciones relevantes, entre las cuales se destacan:

- Movimiento internacional de personas. Movimiento internacional de personas a través de los principales puestos migratorios del Gran Buenos Aires. Esto no incluye a la provincia de Formosa.
- Encuestas de Turismo Internacional. Ingresantes por Aeropuertos de Ezeiza, Jorge Newbery, Córdoba y puerto de Buenos Aires. Esto no incluye a la provincia de Formosa.
- Encuestas de Ocupación Hotelera. Oferta y demanda hotelera. Indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento para las localidades y el total de la región. Establecimientos, plazas, cantidad de viajeros y estadía promedio. Las estadísticas se refieren a la ciudad de Formosa, que se encuentran dentro de la Región Litoral.

Las dos últimas encuestas son relevadas por el INDEC con el apoyo técnico y financiero del Ministerio de Turismo de la Nación.

El Ministerio de Turismo de la provincia, por su parte, genera con frecuencia periódica información turística relacionada con:

- Visitantes al centro de información turística ubicado en el Ministerio, en su sede en la ciudad de Formosa. Se releva origen, nacionalidad, estadía, alojamiento.
- Pasajeros ingresados por vía aérea, datos proporcionados por el aeropuerto internacional El Pucú.
- La página web del Ministerio de Turismo de la provincia ofrece información de tipo cualitativo, en la que se destacan los circuitos turísticos y las fiestas, alojamiento y gastronomía, entre otras, pero no presenta información cuantitativa acerca del turismo en la provincia.

Algunos proyectos a tener en cuenta para la Implementación de un Observatorio Turístico

En el informe 2 de este Plan Estratégico se han presentado proyectos estrechamente relacionadas con la constitución de un Observatorio Turístico de la Provincia de Formosa.

Dentro del programa de I&D de la Demanda de turismo, se identificaron cinco proyectos relacionados, a saber: Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas; Encuesta anual de satisfacción de visitantes; Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias; Fortalecimiento del Turismo interno y regional; y Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.

1.	Programa de I&D de la Demanda								
1.1.	Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas.	2	2	2	2	3	2	0	1
1.2.	Encuesta anual de satisfacción de visitantes	1	2	2	2	3	2	0	0
1.3.	Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias.	1	2	2	3	3	2	0	0
1.4.	Fortalecimiento del Turismo interno y regional.	2	2	2	2	3	2	0	0
1.5.	Posicionamiento de paquetes turísticos de baja temporada.	2	2	2	3	3	2	0	0

Proyecto 1.1. Implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas

Es imprescindible implementar un Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas, que permita procesar en tiempo real y continuo la información cuantitativa que se puede generar desde la propia provincia.

Esto incluye generar la generación de información, como así también de los flujos que permitan que esta información termine volcada en un sistema de información.

Por ejemplo, la interconexión con la policía provincial y la Gendarmería Nacional en los puestos de frontera provincial vial, más la información generada por el Aeropuerto El Pucú, junto a la información que se desprende del movimiento de pasajeros en la Terminal de ómnibus debería estar sistematizada semanalmente, de modo de tener mensualmente el dato de la cantidad de visitantes a la provincia.

Para optimizar esta información se podría generar una planilla con pocos pero precisos datos acerca del visitante: edad, sexo, procedencia, estadía esperada en días, tipo de alojamiento.

En paralelo, debería existir un sistema de información permanente entre los hoteles y todo tipo de alojamiento existente en la provincia, de modo que informen semanalmente la cantidad de visitantes alojados.

Se podría comenzar con la ciudad de Formosa, y luego extenderlo a otras ciudades relevantes de la provincia.

Hacia un Sistema informático de Informaciones y Estadísticas Turísticas

Este sistema pretende ser un conjunto de módulos de programas informáticos que permiten la sistematización de la información, su comunicación y la gestión a partir de la misma.

Puede estar conformado por una plataforma Web accesible desde internet, con permisos o con determinados acceso públicos y otros privados del Ministerio de Turismo, para permitir a los usuarios interactuar en un espacio virtual compartido, sobre todo en la parte de informaciones turísticas cualitativas y cuantitativas acerca de la provincia de Formosa.

El sistema deber estar vinculado con las redes sociales (*google, facebook, twitter, youtube, etc.*) lo que facilita establecer relaciones fluidas con todos los posibles actores involucrados en el sector turismo. Su actualización es diaria y debería ser automática.

Evaluación de resultados

El Sistema informático de Informaciones y Estadísticas Turísticas permitirá realizar, en tiempo record, la evaluación de distintos resultados, a saber:

- 1.- Duración de la temporada turística.
- 2.- Variación de la estadía promedio del turista
- 3.- Cambios en el consumo de productos turísticos
4. Cambios en la facturación generada por el sector turismo.
5. Cambios en la cantidad y calidad de la oferta turística (gastronomía, hotelería).

Proyecto 1.2. Encuesta anual de satisfacción de visitantes

El Ministerio de Turismo de la provincia podría implementar una encuesta anual de satisfacción de los visitantes en semanas pico de turismo, como ser Semana Santa o Vacaciones de Invierno.

La encuesta debería ser útil para generar nuevas iniciativas y evaluaciones acerca de los servicios turísticos ofrecidos.

Proyecto 1.3. Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias

En estrecha conexión con la implementación del Sistema de Informaciones y Estadísticas Turísticas, se debería realizar un Informe anual de demanda turística y redefinición de estrategias. El mismo serviría para evaluar la demanda anualmente, su variación, composición, cambios, y luego para lograr una redefinición de estrategias en caso de ser necesarias.

El informe de demanda turística puede ser tanto realizado por el Ministerio de Turismo de la provincia, como por terceros especialistas en el sector.

Contenidos posibles

Estudios de mercado acerca del turismo en la ciudad de Formosa (y después en la provincia):

- Estudio de mercado del Ministerio de Turismo para un fin de semana largo típico
- Estudio de mercado en Semana Santa
- Estudio de mercado turístico en vacaciones de invierno

Informes temáticos o publicaciones del Ministerio:

- El turismo como nueva fuente de desarrollo de la provincia de Formosa
- Las fiestas turísticas en la provincia de Formosa
- Turismo de aventura en la provincia de Formosa

Pautas de funcionamiento y alcance de su injerencia

El consejo debería reunirse por lo menos tres o cuatro veces por año, siendo su injerencia limitada al rol de asesoramiento del Ministerio de Turismo de la Provincia.

10.10. Informe de adaptación del marco jurídico

10.10.1. Algunos aspectos a incluir en un futuro marco regulatorio

1.- El fenómeno turístico ha crecido considerablemente en los últimos años; ello ha implicado nuevas fuentes de ingreso pero también ha generando importantes desfasajes ya que la vorágine de su crecimiento no siempre ha sido acompañada por una legislación y políticas de estado adecuadas.

2.- El primer paso para lograr una legislación y políticas que acompañen adecuadamente el crecimiento del fenómeno, es tener presente que el mismo es multidimensional ya que abarca cuestiones de índole social, cultural, económico, ambiental, legal, etc. La colaboración de los distintos sectores resultará indispensable para lograr los objetivos buscados.

3.- Asimismo, resulta indispensable lograr que el desarrollo turístico sea sustentable. Ello requiere de políticas que propendan a respetar las diversidades culturales, sociales y naturales, a proteger el patrimonio y que además, contribuyan al crecimiento económico. Sólo así se puede lograr una inversión responsable, que fomente y articule las inversiones con una marcada presencia de los temas de preservación y sustentabilidad de los recursos y respeto por los derechos de los turistas y de la comunidad local. A tal fin el rol del estado es primordial ya que es el mismo el que debe profundizar su acción para que la generación de ingresos a través del turismo no entre en conflicto con el desarrollo sustentable.

4.- Se entiende que la legislación debe adaptarse a las nuevas realidades y modalidades del turismo, estableciendo normas claras en relación a la protección del medio ambiente, la protección al turista, la calidad de los servicios y el respeto por el patrimonio socio cultural y, a la vez, que fomenten las inversiones.

5.- Partiendo de esa visión, se efectúa a continuación un análisis de algunas carencias de la legislación de la provincia de Formosa en materia de turismo, indicando asimismo los puntos que se entiende indispensables a la hora de encarar una reforma legislativa que propenda al desarrollo sustentable del turismo:

- La provincia carece por el momento de una Ley General de Turismo que contribuya adecuadamente a la sustentabilidad económica, ambiental y social de la provincia a través de la promoción del turismo, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable, la optimización de la calidad de los recursos y propenda a las inversiones.
- Si bien se ha presentado un proyecto de ley de turismo en la legislatura provincial en 2012, el mismo por el momento no ha tenido tratamiento.
- No existe ninguna norma que defina los principios y objetivos y establezca un plan a los fines del desarrollo del sector.
- La legislación vigente, si bien contiene conceptos generales de fomento no establece prácticas ni políticas concretas de fácil implementación que impliquen un atractivo para la inversión turística en la provincia.
- No hay regulación precisa en materia de alojamientos turísticos que acompañe el desarrollo del sector estableciendo parámetros de calidad, precio, servicios, etc., ni regulación de la actividad de los prestadores turísticos (requisitos, registro, bajas, recategorizaciones, tasas, procedimientos, etc.)
- No se ha efectuado un delineamiento de sectores o zonas turísticas que permitan enfocar las políticas de promoción y de regulación en forma adecuada respetando las características naturales, sociales y culturales de cada sector.
- No existe un fondo destinado a la promoción del turismo ni indicación del destino del mismo.

- No hay norma alguna que clasifique al turismo conforme la oferta existente (de aventura, convencional, estudiantil, temático, étnico, social, rural, ecoturismo) y que determine las características de cada uno y los incentivos a aplicar en cada caso.
- No hay ninguna legislación ni reglamentación del órgano de control (Ministerio de Turismo) que regule en materia de agentes y agencias de viajes, tours, publicidad turística, transporte turístico, guías turísticos, etc.
- No existe una descentralización del Ministerio de Turismo, por la cual se creen áreas especializadas o destinadas a las diversas áreas del turismo.
- Se debe prever la realización de censos o estudios de campo y establecer políticas de capacitación para todos los agentes que intervienen en el sector.

6.- En relación al proyecto de Ley General del Turismo, se puede indicar que si bien avanza sobre varios de los puntos indicados supra, carece de algunos aspectos que se entienden cruciales a los fines del desarrollo del sector, tales como la identificación y clasificación de sectores turísticos en base a un criterio que permita el desarrollo y aplicación de políticas adecuadas a las necesidades de cada caso; la correcta identificación y caracterización de las categorías turísticas; la adecuación o modificación de la legislación vigente a los fines de evitar contradicciones, o lagunas legales, aspectos los cuales se sugiere sean tenidos en cuenta al momento de la definición de su texto final.

10.10.2. Legislación relacionada con los proyectos motores

A los fines del desarrollo de los proyectos motores sugeridos deberán tenerse en cuenta las previsiones de cada una de las Leyes analizadas en el Marco Regulatorio Legal del Turismo realizado en el Anexo 6 del presente y compatibilizarla. Asimismo, y en la medida de ser necesario, entendemos conveniente que se incluyan aquellos aspectos de los Proyectos Motores que

resulten pertinentes en el proyecto de “Ley General de Turismo” a los fines de evitar incongruencias y/o contradicciones y lograr el apoyo desde la misma para los Proyectos a desarrollar.

Analizando cada uno de los Proyectos en particular y aplicando a los mismos la legislación vigente en materia de turismo que fue objeto de estudio, advertimos la necesidad de tener en cuenta los siguientes aspectos:

1.- Corroborar que todas las actividades a desarrollar por el Ministerio de Turismo estén dentro de las competencias del mismo conforme lo previsto en la Ley de Ministerios N° 1578/11, para en su caso, proponer las modificaciones que resulten necesarias a los fines de lograr los objetivos propuestos y el desarrollo de actividades sin exceder las competencias del mismo y/o avanzar sobre áreas atinentes a otros Ministerios y/o áreas del Poder Ejecutivo provincial.

2.- Analizar si se dan casos de competencia concurrente con otros Ministerios y/o áreas del Poder Ejecutivo y establecer los mecanismos de colaboración entre los mismos.

3.- Tener presente en todos los proyectos motores que uno de los objetivos del Ministerio de Turismo es fomentar la preservación de los recursos naturales de la provincia, motivo por el cual todas las actividades a desarrollar deben tener como norte dicho objetivo (en particular aquellas relativas a la puesta en valor de la infraestructura, a la modificaciones de áreas naturales y al incremento de turismo en general). Asimismo debe tenerse presente la vigencia de la Ley 1335/00 que crea y protege las Biosferas provinciales.

4.- Dado que todos los proyectos tienden a promover y fomentar el turismo, es de vital importancia las previsiones de la Ley 1484/05, en particular lo referido a que todos los actores involucrados que sean prestadores turísticos y que vayan a participar de las diversas acciones a desarrollar, cumplan con las obligaciones previstas en la misma.

5.- En cuanto a la creación de la Corporación de Desarrollo Turístico (Co. De. Tur.), entendemos que la misma podría realizarse a través de dos tipos de figuras societarias que puede adoptar la actividad pública empresarial asociada con privados. Ellas son: a) Sociedades de economía mixta (SEM) –Decreto- Ley. 15.349/46 y b) Sociedades anónimas con participación estatal mayoritaria (SAPEM) - Arts. 308/3014 de la Ley 19.550 de 1972-. Si bien nada dicen las respectivas Leyes, la doctrina nacional mayoritaria (DROMI, RICHARD, MIUÑO, ROITMAN) entiende que en cuanto a la forma de constitución, las SEM deben ser creadas por ley en sentido formal, esto es sancionada por el órgano legislativo, mientras que las SAPEM si bien pueden ser constituidas a través de un acto administrativo, deben ser previamente aprobadas por ley.

En suma, estas propuestas se elevan de modo de contribuir a una mejor planificación y desarrollo de esta incipiente actividad en la provincia, teniendo un marco legal regulatorio más abarcativo y completo, que pueda potenciar el desarrollo de la actividad del turismo en Formosa.

Referencias Bibliográficas

- Administración de Parques Nacionales. Parque Nacional Pilcomayo. (2012) Cantidad de visitantes al Parque Nacional Río Pilcomayo. Intendencia.
- Bobadilla de Gane, Victoriana (2010). Ciencias Sociales y Naturales Provincia de Formosa. Equipo didáctico de la Editorial El Docente. Ediciones El Docente. Formosa. Marzo.
- Bobadilla de Gane, Victoriana, Ing Rafael A. Silva (2004). Formosa. Recursos, Ambiente y Posibilidades de Desarrollo. Ediciones El Docente. Formosa.
- Cámara Argentina de Turismo (2012). “Informe económico anual sobre la actividad de Viajes y Turismo en 2010. Perspectivas 2011.”
- Giuliani, Fray Avelino (2009) El Cura del Laishi. Fray Buenaventura Giuliani. Editorial Gualamba. 2ª Edición. Formosa. Argentina.
- Gobierno de la Provincia de Formosa (2012) – Plan Estratégico de Desarrollo Local.
- Gobierno de la Provincia de Formosa (2012) – Plan Estratégico Formosa 2015.
- Gobierno de la Provincia de Formosa. “Formosa 2015. El plan de Inversiones que a la visión de provincia de largo plazo”.
- Gobierno de la Provincia de Formosa. Decreto Nº 82/04. Competencias del Ministerio de Turismo de la Provincia. Poder Ejecutivo Provincial.
- Gorleri, Fabricio, Máximo Gorleri, Margarita Murdoch (2011). “AVES de la Reserva de Biosfera LAGUNA OCA”. Editorial EDUNaF. Editorial de la Universidad Nacional de Formosa. Formosa, Argentina
- Guía Amarilla de Formosa (2012). Setiembre.
- INDEC - Ministerio de Turismo de la Nación. Encuesta de Ocupación Hotelera. Formosa y otras ciudades.
- INDEC (2012). Complejos exportadores provinciales 2011. Marzo.
- INDEC. Censo Nacional Agropecuario 2002/2008.

- INDEC. Censo Nacional de Población y Vivienda 2010.
- INDEC. Censo Nacional Económico 2004-2005.
- INDEC. Población aborigen por provincia.
- Ley 1335/2000 Ecología. Medio ambiente. Creación del Sistema Provincial de Reservas de Biosfera “Riacho Teuquito” y Laguna Oca del Río Paraguay”.
- Ley de Ministerios N° 1578 del año 2011 (deroga las Leyes 1170 y 1482 y determina las competencias del Ministerio de Turismo)
- Ley N° 1392 del año 2002 - Adhesión a la Ley Nacional N° 25.198.
- Ley N° 1418 del año 2003 – Declara de interés provincial el Turismo Rural.
- Ley N° 1484 del año 2005 - Promoción y Fomento del Turismo
- Ley N° 1482, Ley N° 1578 y Ley N° 1531 de los Ministerios del Poder Ejecutivo Provincial. Poder Legislativo Formosa.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación. Dirección de Subsecretaría de Planificación Económica (2012). “Informe de Coyuntura Económica Regional. Tercer trimestre de 2011”.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación. Dirección de Subsecretaría de Planificación Económica (2012). “Provincia de Formosa”.
- Ministerio de Turismo de la Nación (2005) - Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016.
- Ministerio de Turismo de la Nación (2011) - Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020.
- Ministerio de Turismo de la Nación. “Actualización de la estrategia de marketing 2012. Subsecretaría de Promoción Turística Nacional.
- Ministerio de Turismo de la Nación. Aresco. Julio Aurelio - (2011). “Servicio de Consultoría para la realización de un estudio de análisis de la demanda turística nacional argentina”. Diciembre.
- Ministerio de Turismo de la Nación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2012-2020.
- Ministerio de Turismo de la Nación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Actualización 2012-2020. Anexo %. Región Litoral.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa (2012). Proyecto de Ley General del Turismo.

- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Censo Hotelero Provincial.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Detalle de Inversiones. Eventos.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Estadísticas turísticas.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Informe sobre las Actividades del Ministerio de Turismo (2007-2010)
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Movimiento de Turistas por punto de recolección Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Red de Oportunidades de Inversión.
- Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (2012). Actualización 2011. Turismo 2020. Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación.
- Revista Aire libre (2011) "Agroturismo en la Comarca del Bermejo". Nueva denominación de la Revista del Acampante. Edición: Junio 2011.
- Revista Lugares (2011) Nota sobre turismo en la Provincia de Formosa - Número 181 - Mayo 2011.
- Salinas Cháves, E; Medina Pérez, N. (2009). Los Productos Turísticos, pilares de la comercialización.
- Sandoval, Braulio (2007). Hitos de la Historia de Formosa. La Misión San Francisco de Laishí. Editorial Gualamba. Formosa. Argentina.
- Sandoval, Braulio (2012). Creencias del Terruño. Mitos y Leyendas. Editorial Gualamba. Formosa. Argentina.
- Sandoval, Braulio (2012). Formosa, El Imperio de Verde. Donde la primavera comienza en Julio-Agosto. Guía Turística. Editorial Gualamba. Formosa. Argentina.
- Schluter, R. Areas Protegidas y Turismo en Argentina. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Schluter, R. Mundo Turístico. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Schluter, R. Turismo y Parques Nacionales: Una Perspectiva. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- Schuller, R.; Winter, G. El Fenómeno Turístico. Centro de Investigaciones

y Estudios Turísticos.

- Schulter, R.; Winter, G. Turismo: Una Perspectiva Empresarial. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
 - Subsecretaría de Cultura (2012) Agenda Cultural Formosa. Gobierno de la Provincia de Formosa.
 - Subsecretaría de Deportes (2012) Estadio Polideportivo Cincuentenario. Formosa.
 - Vía Crucis Formoseño. Ruta Nacional 81 (2009).
 - Villa, María Cristina. (2004). Diagnóstico de Marketing Turístico de la Provincia de Formosa”. Consejo Federal de Inversiones. Buenos Aires.
-

Anexo 1. Notas del sr. Ministro de Turismo de la Provincia de Formosa



Nota N° 171/12

Formosa, 18 de Diciembre de 2012.-

Señores
Consejo Federal de Inversiones
SU DESPACHO:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., con la intención de solicitar, quieran tener a bien efectuar un cambio en el esquema de realización de los talleres, correspondientes a la etapa 2 del Proyecto del Plan Estratégico para Turismo de la Provincia de Formosa.

El motivo responde a la necesidad de realizar los talleres según el siguiente esquema, resultado de un diagnóstico previo:

En lugar de:

- 5.1.- Implementación del 1° Taller en la localidad de Formosa
- 5.2.- Implementación del 2° Taller en la localidad de Pirané
- 5.3.- Implementación del 3° Taller en la localidad de Clorinda
- 5.4.- Implementación del 4° Taller en la localidad de Formosa

realizar:

- 5.1.- Implementación del 1° Taller en la localidad de Formosa
- 5.2.- Implementación del 2° Taller en la localidad de Pirané
- 5.3.- Implementación del 3° Taller en la localidad de Las Lomitas
- 5.4.- Implementación del 4° Taller en la localidad de Laguna Blanca (invitando a Clorinda)
- 5.5.- Implementación del 5° Taller en la localidad de Herradura (invitando a El Colorado)

Sin más, aprovecho la oportunidad para saludarlos muy atentamente.



Dr. Alberto Areco
Dr. Alberto Areco
Ministro de Turismo



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE FORMOSA

MINISTERIO DE TURISMO DE FORMOSA

José M. Uriburu N° 820 - CP 3600 - Tel/Fax (54) 3717 - 425192 - 436120 - turismo@formosa.gov.ar - www.formosa.gob.ar

Nota N° 025/13

Formosa, 26 de Febrero de 2013.-

Señores
Consejo Federal de Inversiones

SU DESPACHO:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., con la intención de solicitar, quieran tener a bien efectuar un cambio en el esquema de realización de los talleres, correspondientes a la etapa 2 del Proyecto del Plan Estratégico para Turismo de la Provincia de Formosa.

El motivo responde a la imposibilidad de realizarlo en las fechas planteadas, por razones de superposición con la agenda del Sr. Gobernador.

No obstante, solicito realizar los talleres desde el 14 al 16 de Marzo

- 5.1.- Implementación del 1° Taller en la localidad de Formosa
- 5.2.- Implementación del 2° Taller en la localidad de Pirané
- 5.3.- Implementación del 3° Taller en la localidad de Las Lomitas
- 5.4.- Implementación del 4° Taller en la localidad de Laguna Blanca (invitando a Clorinda)
- 5.5.- Implementación del 5° Taller en la localidad de Herradura (invitando a El Colorado).

Para lo cual, es necesario contar con la presencia del Sr. O'Connor y Sra. Laviero desde el 14 al 17 de marzo próximo.

Sin más, aprovecho la oportunidad para saludarlos muy atentamente.-



Dr. Alberto Areco
Dr. Alberto Areco
Ministro de Turismo



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE FORMOSA

Anexo 2: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Oferta Turística Actual

1.1. Alojamiento

1.1.1. Introducción

La situación actual de la oferta de alojamiento en Formosa, es un reflejo del posicionamiento de esta provincia dentro del panorama turístico nacional, donde hasta el momento, e independientemente de sus potencialidades, se encuentra en un lugar distante al de los grandes centros receptores de turismo en la Argentina.

Por tal motivo, la cantidad, calidad y características de la oferta hotelera parece estar claramente orientada a un flujo de pasajeros cuya motivación de permanencia en la provincia obedece, en la mayoría de los casos, a motivos de negocios y gestiones de tipo laboral, comercial, administrativo o estatal, mucho más que a motivaciones relacionadas con la oferta o atractividad turística del territorio en estudio.

En tal sentido, es también notoria la concentración de la oferta en la Ciudad de Formosa, cuya accesibilidad, peso demográfico y volumen de actividades de servicios es notoriamente superior al resto de las localidades de la provincia.

1.1.2. Oferta de Alojamiento por regiones y localidades

Cabe destacar, como un aspecto a considerar en esta etapa de diagnóstico, que la situación actual de inexistencia de un régimen legal y regulatorio sobre la actividad turística, y la consiguiente carencia de un contralor y poder de policía sobre los emprendimientos turísticos, trae como consecuencia una escasa disponibilidad de datos precisos y confiables sobre la oferta de establecimientos hoteleros, así como una difusa diferenciación entre los distintos niveles de formalidad en que tales establecimientos operan.

Considerando esa salvedad, en los cuadros siguientes se resumen los datos oficiales disponibles en el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa referidos a la oferta de establecimientos hoteleros y plazas disponibles en los mismos.

Relevamiento de alojamientos en la provincia de Formosa

Departamento	2011			
	Hotel	Apart Hotel	Residencial	Total
Bermejo			2	2
Formosa	17	1	5	23
Laishí	1		6	7
Matacos	1		2	3
Patiño	7		1	8
Pilagá	3		1	4
Pilcomayo	2		4	6
Pirané	3		2	5
Ramón Lista				0
Total	34	1	23	58

Relevamiento de plazas en la provincia de Formosa

Departamento	2011			
	Hotel	Apart Hotel	Residencial	Total
Bermejo			20	20
Formosa	1062	70	418	1550
Laishí	40		200	240

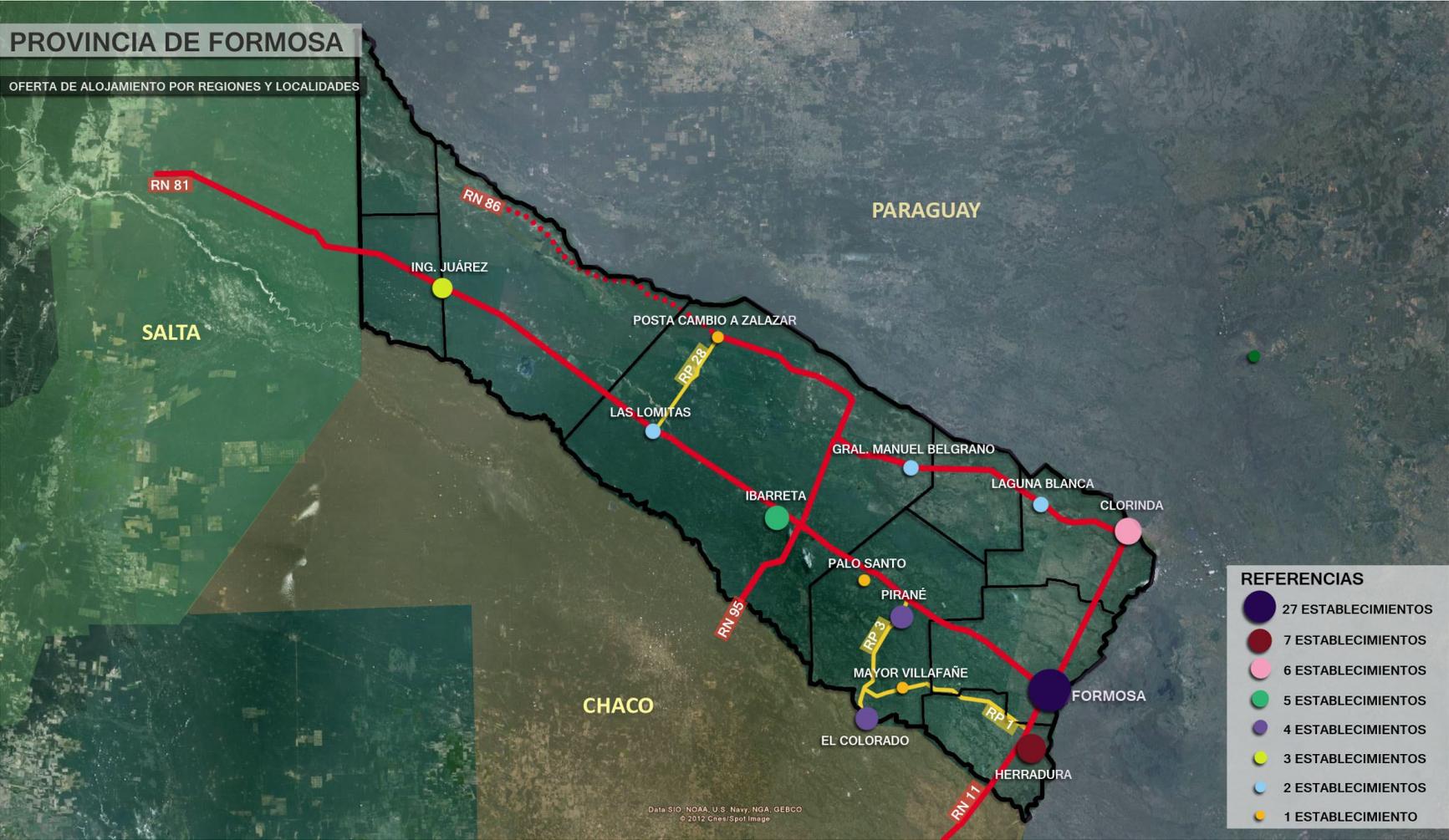
Matacos	48		28	76
Patiño	229		80	309
Pilagá	50			50
Pilcomayo	113		170	283
Pirané	185		115	300
Ramón Lista				0
Total	1727	70	1031	2828

Fuente: Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Adicionalmente, y en función de relevamientos propios y recopilación de datos basados en medios de comunicación digital, es posible llegar a una aproximación de la distribución y ubicación de establecimientos hoteleros y para – hoteleros disponibles en las principales localidades y destinos turísticos de la Provincia de Formosa.

PROVINCIA DE FORMOSA

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR REGIONES Y LOCALIDADES



Departamento Formosa

Ciudad de Formosa

Nombre	Direccion	Categ.
Howard Johnson Hotel & Casino	Gutnisky 3748	4
Internacional de Turismo	San Martín 769	4
Casagrande Apart Hotel	Av. Gonzalez Lelong 185	4
Las Kalas Rental Suites	Corrientes 219	-
Asterion Hotel	Acceso Sur Ruta Nacional N°11 (km 1170)	3
Portal del Sol	Junín 527	3
Hotel Plaza	José María Uriburu 920	3
Hotel Colon	Belgrano 1068	3
Hostal Los Algarrobos	Uriburu 455	3
Hotel Rio	Rivadavia 1102	2
Hotel Fermoza	Maipú 285	2
Genesis	Av. Gutnisky 3924.	2
Hostal del Rey	Mitre 98	2
Hotel Nuevo Real	Belgrano 1	1
Hotel San Martín	Av. 25 De Mayo 380	1
Regina Hotel	San Martín 535	1
Círculo Suboficial de Gendarmería Nacional	Av. 25 De Mayo 1160	-
Hotel Moreno	Moreno 1032	-
Hotel San Martín	25 de Mayo 380	-
Hotel Formosa	Av. Gutnisky 2636	-
Hotel Mutual de Maestros	Fontana 264	-
Hospedaje El Extranjero	Av. Gutnisky 2660	Hospedaje
Cabañas Corvina	Casa N° 1 Barrio Las Corvinas	Cabañas
Camping La Florida	Saavedra 560	Camping
Establecimiento Don José	Sarmiento 440	Estancia
Estancia La Victoria	Eva Perón 735	Estancia
Estancia San Carlos	Deán Funes 81	Estancia
Estancia Yaciretá	Acceso cno. vecinal 5 Km desde Ruta Provincial N° 1	Estancia

CIUDAD DE FORMOSA

OFERTA DE ALOJAMIENTO POR REGIONES Y LOCALIDADES



REFERENCIAS

- 1 HOWARD JOHNSON & CASINO
- 2 INTERNACIONAL TURISMO
- 3 CASAGRANDE APART HOTEL
- 4 ASTERION HOTEL
- 5 PORTAL DEL SOL
- 6 HOTEL PLAZA
- 7 HOTEL COLÓN
- 8 HOTEL LOS ALGARROBOS
- 9 HOTEL RÍO
- 10 HOTEL FERMOZA
- 11 GENESIS
- 12 HOSTAL DEL REY
- 13 HOSTAL NUEVO REAL
- 14 HOTEL SAN MARTÍN
- 15 REGINA HOTEL
- 16 CÍRCULO SUBOFICIAL DE GENDARMERÍA NACIONAL
- 17 HOTEL MORENO
- 18 HOTEL SAN MARTÍN
- 19 HOTEL FORMOSA
- 20 HOTEL MUTUAL DE MAESTROS
- 21 HOSPEDAJE EL EXTRANJERO
- 22 CAMPING LA FLORIDA
- 23 ESTABLECIMIENTO DON JOSÉ
- 24 ESTANCIA LA VICTORIA
- 25 ESTANCIA SAN CARLOS

Image © 2012 DigitalGlobe
Data SIO, NOAA, U.S. Navy, NGA, GEBCO
Image © 2012 GeoEye

Google™

Departamento Laishí

Herradura

Nombre	Dirección
Cabañas De La Laguna	Herradura Camino A La Laguna.
Complejo Turístico La Florencia	S/D
Finca Don Victorio	Paraje El Angelito
Camping C.e.p.	S/D
Camping A.m.e.	B° La Playa Tel. (0370) 4426994
Camping U.p.c.n.	S/D
Camping Chuqui Cué	S/D

Departamento Matacos

Ingeniero Juárez

Nombre	Dirección
Hospedaje Automóvil Club Argentino	Ruta 81
Motel Ing. Juárez - Aca	Rta. Nac. 81 Km. 484
Hotel Carfa	Salta Y Urquiza

Departamento Patiño

General Manuel Belgrano

Nombre	Dirección
--------	-----------

Hotel Estelmar	Abelardo Zamparo Y Masafarro
Hotel Belgrano	Av. Del Libertador Y Fortin Leyes

Ibarreta

Nombre	Dirección
Hotel Plaza	Belgrano y R. Sáenz Peña
Doña Melitona Hotel	Ruta Nacional N°81 y Acceso a Ibarreta
Palace	Independencia y San Martín
Hotel Santa Fe	Martín Polo 701
Residencial Manuelita	25 De Mayo 977

Las Lomitas

Nombre	Dirección
Hotel Portal del Oeste	Ruta 81 Km 1467
Hotel Las Lomitas	Güemes 570

Posta Cambio Zalazar

Nombre	Dirección
Casa Juanita Hotel	P C Zalazar S/N

Departamento Pilcomayo

Clorinda

Nombre	Dirección
Hotel Embajador	San Martín C/Paraguay
Hotel San Martín	12 de Octubre 1.150
Gran Hotel del Río	Rivadavia 402
Hotel 12 de Octubre	12 De Octubre 1165 C/san Martín
Helen	Av. San Martín 320
Hotel Ar - Tur	Av. España Entre Los Andes Y Roque Sáez Peña

Laguna Blanca

Nombre	Dirección
Hotel Luisin	José Hernández C/av. San Martín
Hotel Guaraní	San Martín S/N

Departamento Pirané

Pirané

Nombre	Dirección
Hotel Estrella	Av. Carlos Pellegrini 476
Hotel Victoria	Sarmiento 440
Hotel Welcome	Av. Pellegrini 456
Hotel Magali	Sta. María De Oro 793 Y Pringles

El Colorado

Nombre	Dirección
Hotel Gitana	Av. Pellegrini Esq. Fray Mamerto Esquiú
Hospedaje en el I.N.T.A.	En: Av. Carlos Pellegrini Acc. Sur 615
Hospedaje Jorgito	En: Av. San Martín 540
Residencial Ermy	En: Av. San Martín 524

Palo Santo

Nombre	Dirección
Hotel Luz	Av. 2 De Abril 175

Mayor Villafañe

Nombre	Dirección
Hotel Oasis	Av. San Martín 1309

1.1.3. Principales Establecimientos Hoteleros

Entre los hoteles más destacados dentro de la oferta de alojamiento, se mencionan los siguientes, todos ellos localizados en la ciudad capital de la provincia.

1.1.3.1. Hotel Howard Johnson

El Hotel está ubicado en Av. Gutnisky 3.754 y constituye un aporte innovador a la oferta hotelera de la Provincia, considerando la dotación de servicios complementarios a los estrictamente hoteleros que ofrece.



Consta de 83 habitaciones equipadas con cajas de seguridad, TVs LCD, conexión por cable, frigobar, teléfono con servicio de mensajería, amplio escritorio de trabajo, room service las 24 hs, cerraduras computarizadas, y conexión Wi Fi.



Tales servicios, aunque ya considerados como estándares dentro de esta categoría de hoteles, lamentablemente no constituyen el caso más frecuente dentro de los establecimientos existentes en la provincia.

Posee además amplios estacionamientos, con importantes espacios verdes, y cuenta con dos grandes salones aptos para congresos, convenciones y eventos sociales.



Además, dentro del Hotel se encuentra el restaurante Los Aromos, que ofrece gastronomía gourmet en un espacio climatizado, con capacidad para 150 comensales.

Dispone de un paseo comercial con 25 locales, además de un Área Central un Paseo Gastronómico con oferta de gastronomía regional, y un Resto Bar con mesas bajo techo y al aire libre.

El establecimiento incluye el Spa Zen, abarcando 650 m², con gimnasio, sauna, spinning, sala de relax, y actividades complementarias, y posibilidad de acceso directo desde el exterior para clientes no alojados en el Hotel. También cuenta con sauna y gabinetes donde se realizan distintos tratamientos

Entre los servicios complementarios, también dispone de un parque acuático con piscinas, hidromasajes, solárium, cancha de tenis y área de juegos.



En cuanto a la oferta de juegos de azar, el casino del hotel cuenta con acceso externo e interno, y esta dotado con 480 máquinas tragamonedas, y 24 mesas de ruletas, póker, póker Texas, black Jack, boule, y craps. También dispone de espacio para shows musicales.

1.1.3.2. Hotel Asterion

Ubicado en el Acceso Sur a la ciudad de Formosa (Ruta Nac. N° 11 - Km. 1170)



Cuenta con los siguientes tipos de habitaciones:

- Habitaciones Estándar (single - doble - matrimonial) 20 m2 equipadas con cama sommier king size, TV 20", climatización frío-calor, escritorio, WiFi.
- Habitaciones Ejecutivas (matrimonial), de 20 m2 equipadas con Cama sommier king size, LCD 32", climatización frío-calor, frigobar con bebidas de cortesía, cofre de seguridad, escritorio, WiFi.
- Habitaciones Ejecutivas Deluxe: dispone además de LCD 32", terraza con doble acceso, living de exterior con sombrilla y reposeras de relax.



Los Servicios que dispone el hotel son los siguientes:

- Recepción 24 hs (Front Desk 24 hs)
- Room Service 24 hs.
- Resto - Bar.
- Piscina & Solarium exclusiva para huéspedes.

- Oficina de Negocios - Internet banda ancha.
- Acceso Inalámbrico a internet (Wi-Fi).
- Estacionamiento dentro del predio.
- Eventos & reuniones.
- Gift Shop de productos artesanales autóctonos.
- Biblioteca: Obras Completas de Jorge Luis Borges y otros autores, disponibles para huéspedes.
- Mini museo de la hotelería.





Se trata de un emprendimiento familiar de más de diez años de existencia.

Exhibe y comercializa artesanías legítimas de las comunidades aborígenes del oeste provincial (etnia wichí) como también artesanía fina en cuero, yica y chaguar, dulces y licores locales.

Se presenta como el primer hotel temático del nordeste argentino, enfocado a la difusión de la obra literaria de Jorge Luis Borges y la cultura de Formosa.

1.1.3.3. Hotel Las Kalas

Está ubicado en Corrientes 219, en el centro de la ciudad de Formosa.

Por su ubicación, se publicita como un lugar óptimo para huéspedes motivados por cuestiones de negocios. Cuenta con instalaciones para reuniones, jornadas de capacitación, presentaciones de productos y eventos corporativos.

Dispone de 4 tipos de habitaciones diferentes:

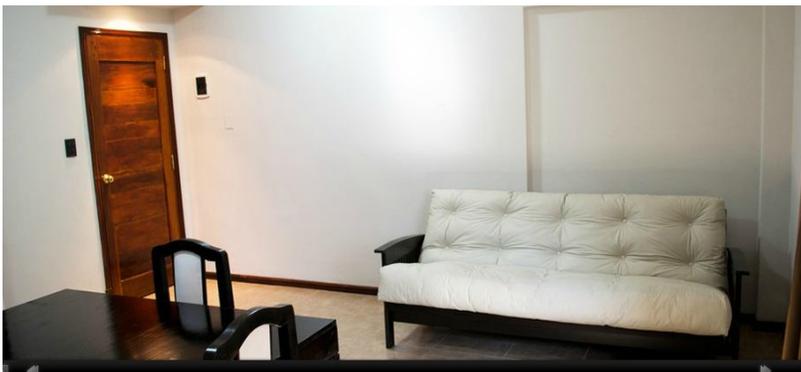
- Habitaciones singles: cuentan con Wi-Fi, frigo bar, somniers, aire acondicionado frío – calor, Tv LCD y LED Tv, microondas, pava eléctrica, caja de seguridad, cubiertos, vajillas, servicio de mucama, cochera techada, desayuno buffet.



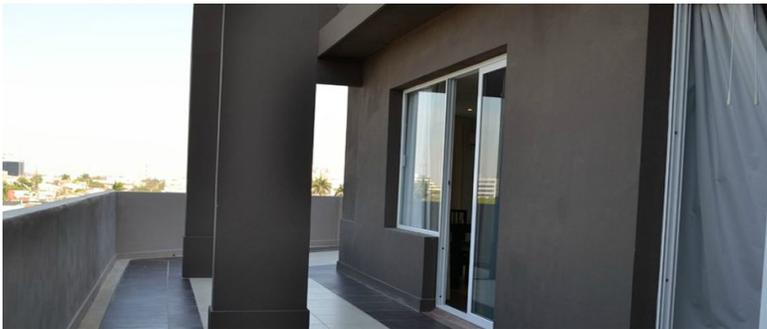
- Habitaciones dobles: cuentan con los mismos servicios mencionados en las habitaciones singles:



- Habitaciones Suite Junior: Disponen de los mismos servicios mencionados en las habitaciones anteriores, además de contar con dos ambientes, habitación con baño en suite, y comedor. Tienen capacidad para 3 personas.



- Habitaciones Suite Superior: cuentan con los mismos servicios mencionados en las habitaciones anteriores. En este caso la capacidad es para 4 personas y dispone de dos dormitorios con baños en suite, comedor y balcones.



1.1.3.4. Casagrande Apart Hotel

Se encuentra ubicado en Av. González Lelong N° 185 de la ciudad de Formosa, hacia el norte del área central de la ciudad.



El complejo CASAGRANDE está dotado con 32 habitaciones que incluyen las siguientes comodidades:

- Aire acondicionado
- Teléfono, (DDI y DDN)
- Frigobar
- kitchenette

- TV por cable
- Room service
- Caja de seguridad.



Además, dispone de un salón para eventos, utilizado para cenas, convenciones, reuniones de trabajo, etc. Tiene una capacidad 80 a 100 personas.

El complejo cuenta también con Conexión a Internet Banda Ancha y TV por cable.

En el establecimiento funciona además un SPA, disponiendo Médicos especializados, cosmetóloga, fisioterapeutas, personal trainer y masajistas. Los servicios prestados en el Spa incluyen: Sauna - Piscina - Masajes - Baño escocés - Gimnasio – Solarium.

1.1.3.5. Hotel Internacional de Turismo

Ubicado en San Martín 769, en el centro de Formosa. El Hotel Internacional de Turismo Formosa se inauguró en 1970 y es uno de los más tradicionales e importantes de la región debido a su arquitectura y ubicación, a escasos metros del río Paraguay y de la costanera formoseña.



Esto permite que desde sus habitaciones y piscina se disfrute de una muy buena visión de ese entorno.



El Hotel Internacional de Turismo cuenta con 68 habitaciones, incluidos 1 Suite Presidencial, 4 Suites Vip, dobles, twins, triples y matrimoniales y un departamento.



Todas las habitaciones están alfombradas y cuentan con TV cable, aire acondicionado, frigobar, telefonía, y Wi Fi.

Dispone también de salones para sus reuniones de negocios y familiares.

Otros servicios disponibles en el Hotel son: Estacionamiento, servicio de lavandería, excursiones, y sala de estar.

También cuenta con Spa, Sauna y Gimnasio.



1.1.4. Tendencias recientes e inversiones significativas.

El desarrollo hotelero en Argentina mantiene un importante auge, que se ha reflejado en inversiones del orden de los 4.800 millones de pesos en más de doscientos nuevos

establecimientos, según datos de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Nación del año 2011. Este nivel de inversión demuestra la importancia estratégica de la actividad.

Del total invertido, cerca de 3.500 millones de pesos corresponden a emprendimientos inaugurados bajo franquicias o gerenciamiento de cadenas internacionales, mientras que las cadenas nacionales asignaron unos 660 millones de pesos y empresarios independientes otros 630 millones.

La inversión acumulada en el período 2003 – 20011 asciende a más de 7.700 millones de pesos.

Asimismo, al mes de marzo de 2012, se llevaban inaugurados en el país 149 establecimientos para alojamiento, con un monto invertido de 1.455 millones de pesos. De la totalidad de nuevos hoteles, cerca de dos tercios se localizan en la Patagonia y región Buenos Aires, registrándose un total de 18 establecimientos nuevos en la región Norte.

En la región Litoral, la principal inversión reciente fue la del Hotel 4 Estrellas promovido por la Provincia de Formosa, cuyo gerenciamiento está a cargo de la cadena internacional Howard Johnson, y que incluye un importante casino operado por la empresa Neogame.

El monto de inversión informado al comienzo de las obras, ascendía a 51 millones de pesos y los distintos rubros incluidos en la misma están bajo un régimen de concesión por 15 años.

1.1.4. Conclusiones

La oferta de alojamiento turístico de la provincia puede calificarse como deficitaria, tanto en términos cuantitativos como cualitativos, aunque debe señalarse que tal situación es, en mayor medida, consecuencia y no causa del escaso desarrollo turístico de la

provincia, y su dimensionamiento es un mero resultado del equilibrio entre oferta y demanda.

De la experiencia recogida por el equipo consultor en sus recorridas de relevamiento por la provincia, y en la utilización de algunos establecimientos hoteleros, surge como conclusión que algunos aspectos deficitarios de esta oferta se relacionan con una falta de tradición y conciencia turística, insuficiente desarrollo empresario, y carencia de formación específica en Turismo en los distintos niveles de recursos humanos disponibles.

Estos aspectos se manifiestan en forma tangible y directa, por ejemplo, en la inobservancia de cuestiones básicas relacionadas con la satisfacción del cliente o huésped, tales como deficiente mantenimiento o higiene en establecimientos (incluso en algunos situados en la franja superior de la oferta disponible), carencia o ineficiencia de sistemas de comunicación interna, inconsistencia de datos de contacto en diferentes medios en que se publicitan, situaciones de deficiencia de aislación acústica que hacen virtualmente incompatibles el uso de Salones de Fiestas con los requerimientos de tranquilidad y silencio propios de un alojamiento, y otros.

Por otra parte, es de remarcar que existe todavía un débil nivel de coordinación por parte de los empresarios hoteleros en materia de promoción conjunta, para lo cual resultará fundamental el involucramiento de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Formosa y el fortalecimiento de su relación con las asociaciones nacionales del sector, tales como FEHGRA, con amplia experiencia y recursos en el área de Calidad de Servicios Turísticos.

Debe remarcarse que cualquier iniciativa, como la que nos ocupa, tendiente a potenciar el desarrollo turístico provincial, deberá ser acompañada de fuertes iniciativas públicas y privadas orientadas al desarrollo de esa oferta hotelera, en paralelo a los proyectos que potencien el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales que posee la provincia.

Si bien la implantación de establecimientos hoteleros mencionados en el apartado anterior (caso Hotel Howard Johnson) constituye un indicio favorable, tanto en términos

de iniciativa gubernamental como de receptividad por parte de los empresarios turísticos, y reflejan una fuerte apuesta al posicionamiento turístico de Formosa, debe remarcar que la oferta hotelera actual no ofrece las condiciones necesarias para proporcionar soporte inmediato a un eventual despegue acelerado de la actividad. Por ello, resultará indispensable tanto el desarrollo de la infraestructura hotelera como la creación de las condiciones para la formación y capacitación turística, que facilite la sustentabilidad económica de la actividad y el impacto laboral esperado en la población local.

1.2. Conectividad y Transporte

1.2.1. Introducción

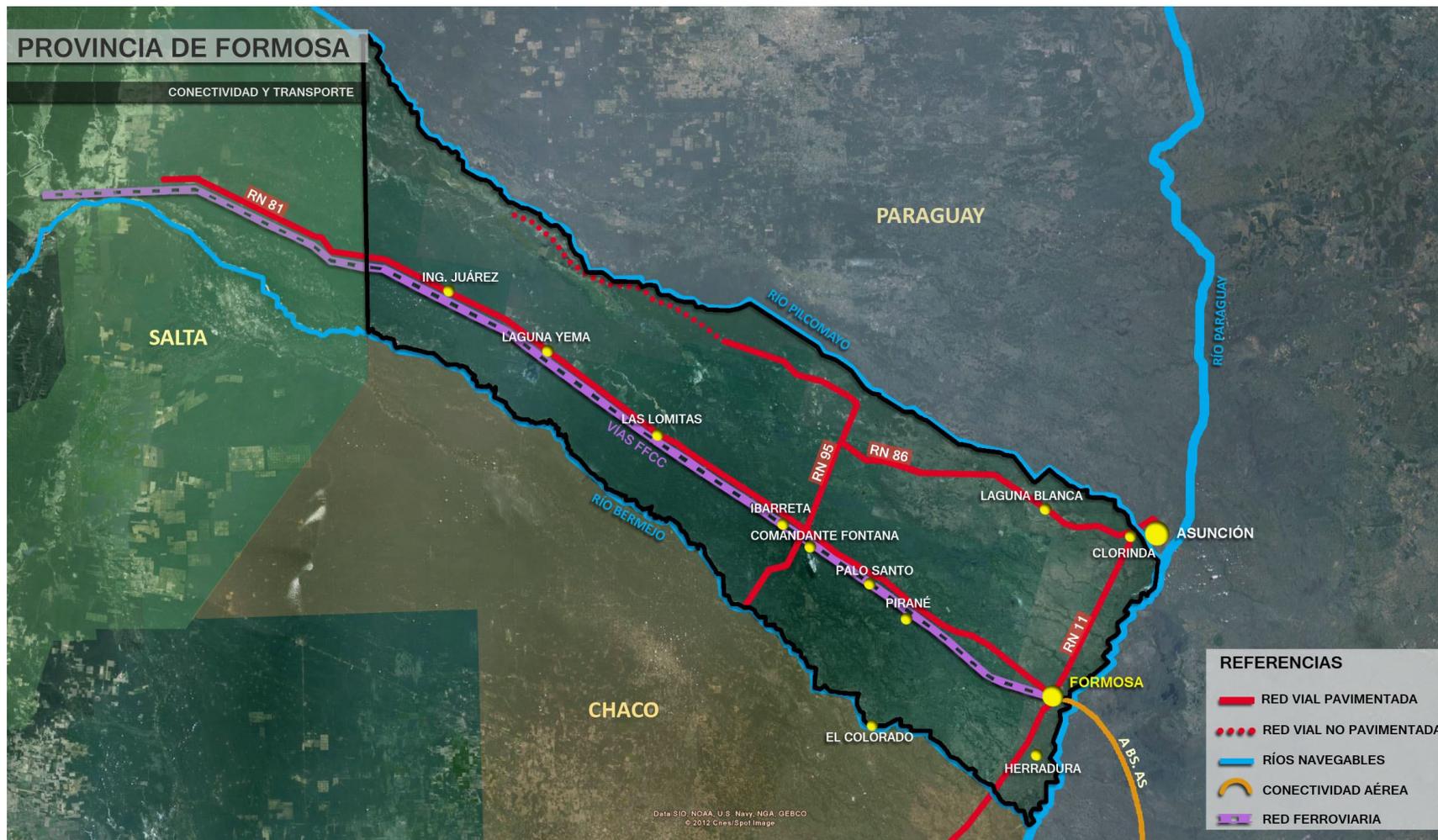
El factor de conectividad de la provincia de Formosa es uno de los aspectos claves a considerar en su planificación turística. Su condición de provincia periférica en cuanto a su localización geográfica dentro de la Argentina y las importantes limitaciones de accesibilidad (por distancia y/o por disponibilidad de medios de acceso), se convierte en un factor ciertamente condicionante para el desarrollo de la actividad.

Tal como es una constante en la mitad norte del territorio nacional, sus vinculaciones viales regionales e interprovinciales resultan mucho más fluidas y articuladas en la dirección norte – sur, y responden a los fuertes vínculos económicos, históricos y culturales con el resto de las provincias del norte del litoral argentino, Chaco, Misiones y Corrientes, así como con la vecina República del Paraguay.

Sin embargo, y paradójicamente, la estructuración territorial interna de la provincia se da principalmente en la dirección opuesta (sudeste – noroeste), a través del eje de la

Ruta Nacional 81 que vincula a la capital provincial con el resto de las principales localidades y centros urbanos de la provincia, con excepción de Clorinda, la segunda ciudad en población. Este eje, asimismo, y a partir de su reciente pavimentación desde la localidad de Las Lomitas hasta la Ruta Nacional 34, en pleno territorio salteño, abrió un panorama alentador y de vigorosas perspectivas futuras en términos del posicionamiento de la provincia dentro del esquema de corredores bioceánicos del Mercosur.

Esquema de Conectividad y Transporte de la Provincia de Formosa

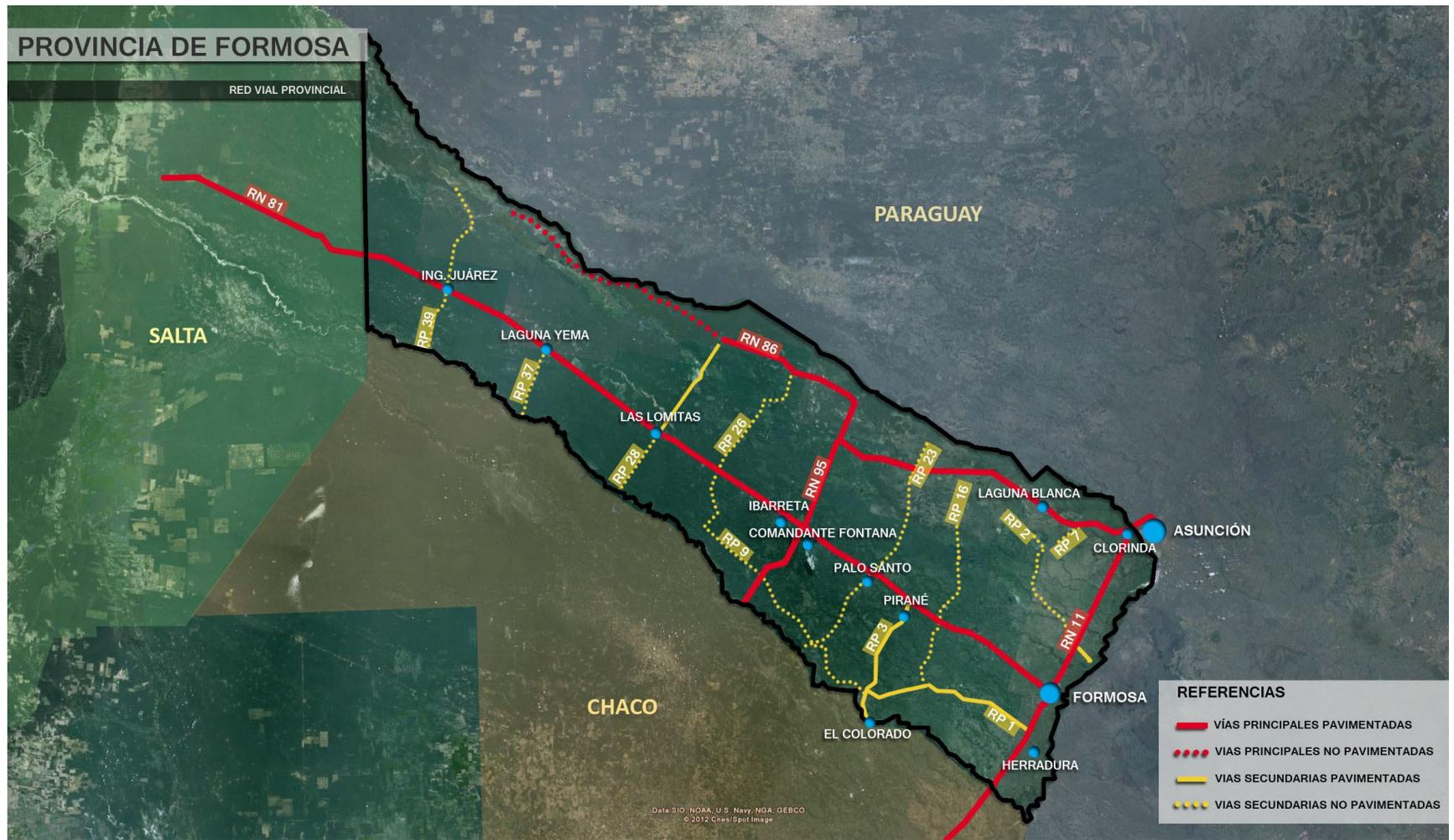


1.2.2. Red vial provincial

La red vial de la Provincia de Formosa es un fiel reflejo de la evolución de esta joven provincia, y es llamativo el posicionamiento y rol de la Ruta Nacional 81 como eje estructurante del territorio en la dirección Este - Oeste, hilvanando un rosario de pequeños y medianos centros urbanos que se constituyen en nodos de servicios de comarcas rurales y puntos de articulación entre las comunidades aborígenes y la población criolla.

Esta ruta se dispone a modo de columna vertebral de un esquema de “espina de pescado”, desde la cual se despliega una relativamente densa sucesión de ejes viales transversales, en dirección norte – sur, que permiten el acceso, ciertamente limitado y muy sujeto a condicionantes climáticos, a parajes apartados del territorio. Gran parte de estos caminos se encuentran sin pavimentar.

Red Vial de la Provincia de Formosa



1.2.2.1. Eje Ruta Nacional 81

La Ruta Nacional 81, en su situación actual, completamente pavimentada, es de una gran importancia estratégica, tanto en términos de articulación territorial provincial, como, y especialmente, en términos geopolíticos. Esto es debido a que se trata de un componente principal del Corredor Bioceánico más septentrional del Mercosur (llamado Eje del Capricornio), que articula al Paraguay y al sur de Brasil (a través del rico estado de Paraná) con el norte de Chile, región de creciente importancia en términos de intercambio comercial entre Sudamérica y el continente asiático por los importantes puertos de Antofagasta, Mejillones, e Iquique, este último como eje de una extensa y muy activa Zona Franca.

Esta articulación bioceánica se completa hacia el oeste, desde el límite salto – formoseño, en forma bastante fluida y con excelente calidad de soporte vial, a través de territorio de las provincias de Salta (RN 34) y de Jujuy (RN 34, RP66, RN9 y RN52), ingresando a la región chilena de Antofagasta a través del Paso de Jama, cuyo nivel de actividad viene incrementándose exponencialmente, motorizado precisamente por el creciente tráfico de cargas entre las regiones mencionadas.

La RN81 presenta, dentro de ese corredor, condiciones comparativamente más favorables que la variante constituida por la RN16, paralela hacia el sur de aquella. Esta ruta atraviesa las provincias de Chaco, Santiago del Estero y Salta, empalmando también con la RN34, pero en condiciones desventajosas tanto en cuanto a distancias a los pasos fronterizos con Chile, como a estado de conservación de la superficie de rodamiento y densidad de tráfico.

Si bien la concepción y aprovechamiento actual de este corredor vial está orientado principalmente a la logística internacional de cargas, no es un dato menor el hecho de que su previsible consolidación (y eventuales mejoras en sus características) constituyen un factor potencialmente positivo en términos de un futuro desarrollo

turístico, ya que pone a la provincia en condiciones favorables de accesibilidad respecto a los principales centros urbanos del Paraguay (especialmente su capital, Asunción) y a zonas prósperas y densamente pobladas del sur brasileño, los cuales pueden constituir importantes centros emisores de turismo.

1.2.2.2. Rutas Provinciales

La **RN81** es, asimismo, y a través de su articulación con numerosas rutas provinciales, el principal factor de accesibilidad a muchos de los principales recursos turísticos de la provincia.

Desde la localidad occidental de Ingeniero Juárez, ubicada sobre esta ruta y próxima al límite con la provincia de Salta, parte hacia el sur la **RP39** hasta la Reserva Provincial Formosa. Las condiciones de transitabilidad de este último tramo, sin embargo, son precarias debido a la falta de carpeta asfáltica. Esto se acentúa especialmente en el período estival, cuando se registran precipitaciones intensas.



Situación similar se registra en la **RP37**, que partiendo hacia el sur de la RN81 vincula a la localidad de Laguna Yema con el recurso natural del mismo nombre y con el acceso a la Reserva de Biosfera de Riacho Teuquito, registrando también condiciones de precariedad para el tránsito de vehículos estándar.



Por el contrario, son excelentes las condiciones de accesibilidad al Bañado La Estrella, uno de los principales recursos naturales y paisajísticos de la provincia, al cual se accede desde la **RN81** hacia el norte mediante la **RP28**, recientemente pavimentada y

en óptimo estado. Esta, a su vez, empalma en el norte (en la localidad de Posta Cambio Zalazar) con la **RN 86**, también objeto de importantes mejoras en la actualidad.

Por otra parte, esta área cuenta con elementos de señalética turística, aspecto que en el resto de la provincia es en general deficitario.





La importancia de esta obra en la **RP 28** radica en que puso fin al aislamiento en que quedaban numerosas poblaciones del noroeste durante los desbordes del río

Pilcomayo, además de establecer una fluida conexión entre las Rutas Nacionales 86 y 81.



La obra consistió en 70 Km. de pavimento y un viaducto construido para permitir el tránsito de vehículos de carga que provienen de Paraguay y Brasil rumbo al NOA, además de facilitar el escurrimiento de las aguas del bañado La Estrella hacia la cuenca hídrica del norte del territorio. Se regulan de esta manera las aguas que llegan a ese sistema hídrico, alimentando durante todo el año diversos cursos de agua, naturales y artificiales.

Esta ruta fue declarada “Obra Provincial del año 2012” por la Asociación Argentina de Carreteras, por la consolidación de la accesibilidad, el respeto al medio ambiente, y el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades aborígenes.



Adicionalmente, se construyeron canales laterales que resuelven el problema de abastecimiento de agua a 150.000 habitantes distribuidos en un área de 30.000 hectáreas. Muchos pueblos obtienen ese beneficio a través del llamado Río del Norte desde Posta Cambio Zalazar hasta Fortín Leyes; otros mediante la regulación el Riacho El Porteño desde Villa General Güemes hasta Laguna Nainck y muchos mas aún mediante los canales que al sur y al este derivan el agua, a lo largo de la **RN81** desde Las Lomitas hasta Pirané.



Este complejo hidrovial permite el manejo racional de las aguas del bañado, un verdadero tesoro de biodiversidad cuya visibilización, además, se incrementa sustancialmente y facilita la contemplación de estos recursos naturales.

1.2.2.3. Eje Ruta Nacional 11

El esquema de articulación vial territorial, tanto provincial como regional e internacional que involucra a Formosa, tiene como su segundo, aunque no menos importante componente, a la **RN11**, que vincula por el norte a la capital provincial con el segundo centro urbano de la Provincia, Clorinda, y con la capital paraguaya; y por el sur con Resistencia y el resto de las capitales provinciales del norte del litoral.



Este eje vial, paralelo al trazado del Río Paraguay, y articulado con otras rutas nacionales y provinciales, proporciona buenas condiciones de accesibilidad a muchos de los principales recursos turísticos de la Provincia, tales como las localidades de Laguna Blanca, el Parque Nacional Río Pilcomayo, y otros ubicados en el circuito norte.

Dado su carácter de ruta con destino de frontera, está sujeta a controles permanentes por parte de Gendarmería Nacional, no solo en el puesto fronterizo sino también en todas las vías de acceso a la ciudad de Clorinda.



La RN11, también en el sur de la Provincia permite el acceso a dos de las localidades con mayor potencial turístico, Laishí y El Colorado, a través de su conexión con la RP 1 que se desarrolla hacia el sudoeste de aquella. Esta ruta provincial se encuentra en deficiente estado de conservación para el tránsito.

Asimismo, la RP 9 que bordea el Río Bermejo está siendo pavimentada en el tramo Villa Escolar – El Colorado.

1.2.2.4. Eje Ruta Nacional 86

Gran parte de los esfuerzos actuales en materia vial están focalizados en la **RN 86**, paralela al río Pilcomayo. Recientemente se ha concretado la pavimentación de un extenso tramo desde proximidades de la localidad de General Manuel Belgrano hacia el oeste, hasta la localidad de Posta Cambio Zalazar, y se encuentra en gestión la extensión hacia el noroeste por otros 120 Km., hasta la localidad de Guadalcazar.



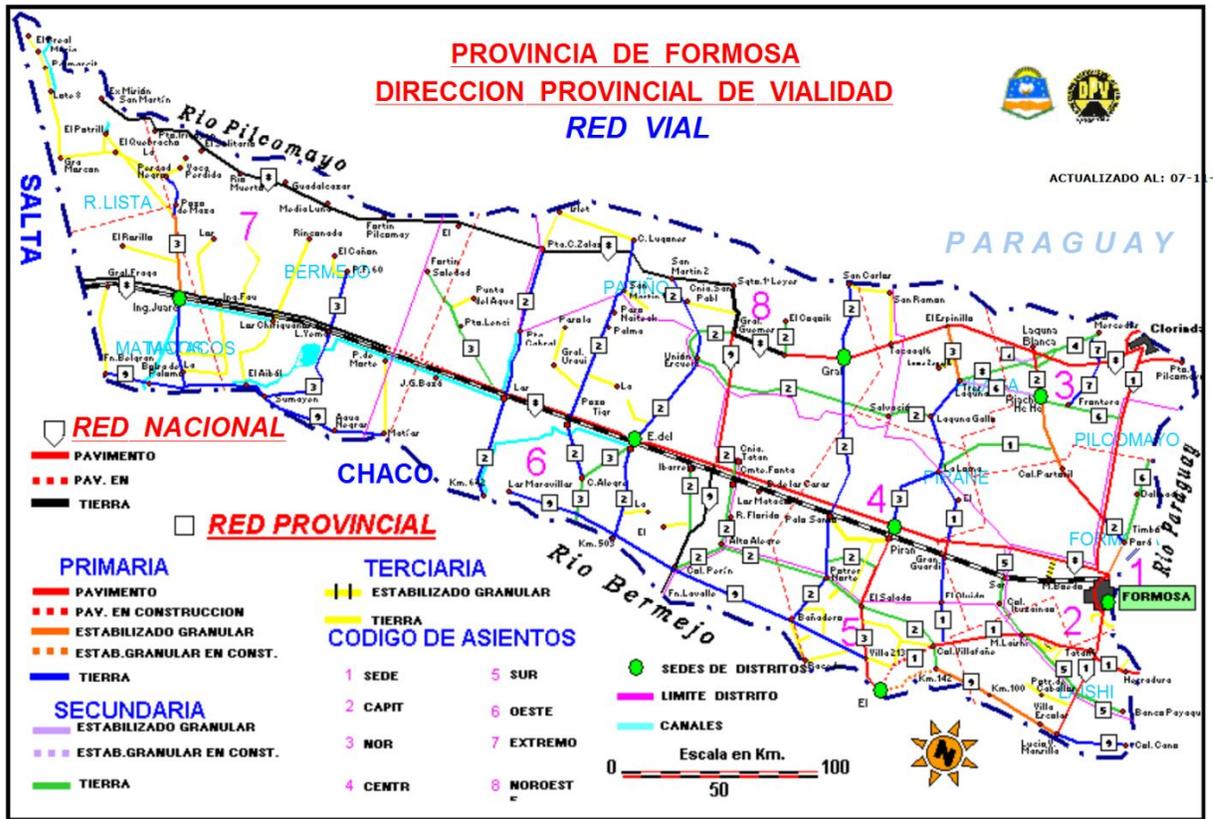
Estas obras, además de proporcionar un cambio radical en materia de accesibilidad a alejados parajes del oeste provincial, abren importantes posibilidades en materia turística.



El tramo ya completado, permite materializar un circuito turístico íntegramente pavimentado que vincula nodos principales de atraktividad turística como la capital provincial, el Parque Nacional Río Pilcomayo, Laguna Blanca, Bañado La Estrella, y otros.

1.2.2.3. Operación y Mantenimiento de la Red Vial

La Dirección Provincial de Vialidad de la Provincia de Formosa dispone una estructura de soporte y mantenimiento para la red vial provincial. En el gráfico siguiente, se señala la ubicación de las distintas dependencias dispuestas a lo largo del territorio provincial.



1.2.3. Red vial de la Ciudad de Formosa

La ciudad de Formosa cuenta con una estructura urbana simple y bastante compacta, aun cuando los últimos crecimientos de su perímetro urbano muestran una tendencia expansiva sobre el territorio de influencia.

En materia vial, la ciudad, dispuesta sobre la margen derecha del Río Paraguay se estructura claramente en base a sus dos accesos principales:

- 1) Desde la RN 81 y RN11, por el noroeste, accediendo a la ciudad por Avda. Independencia. Ambas rutas nacionales empalman en las afueras de la ciudad y continúan su trazado como RN11 hasta la avenida mencionada.
- 2) Desde la RN 11, por el sudoeste de la ciudad, a través de la Avda. Arturo Illia / Dr. Luis Gutnisky / 25 de Mayo.

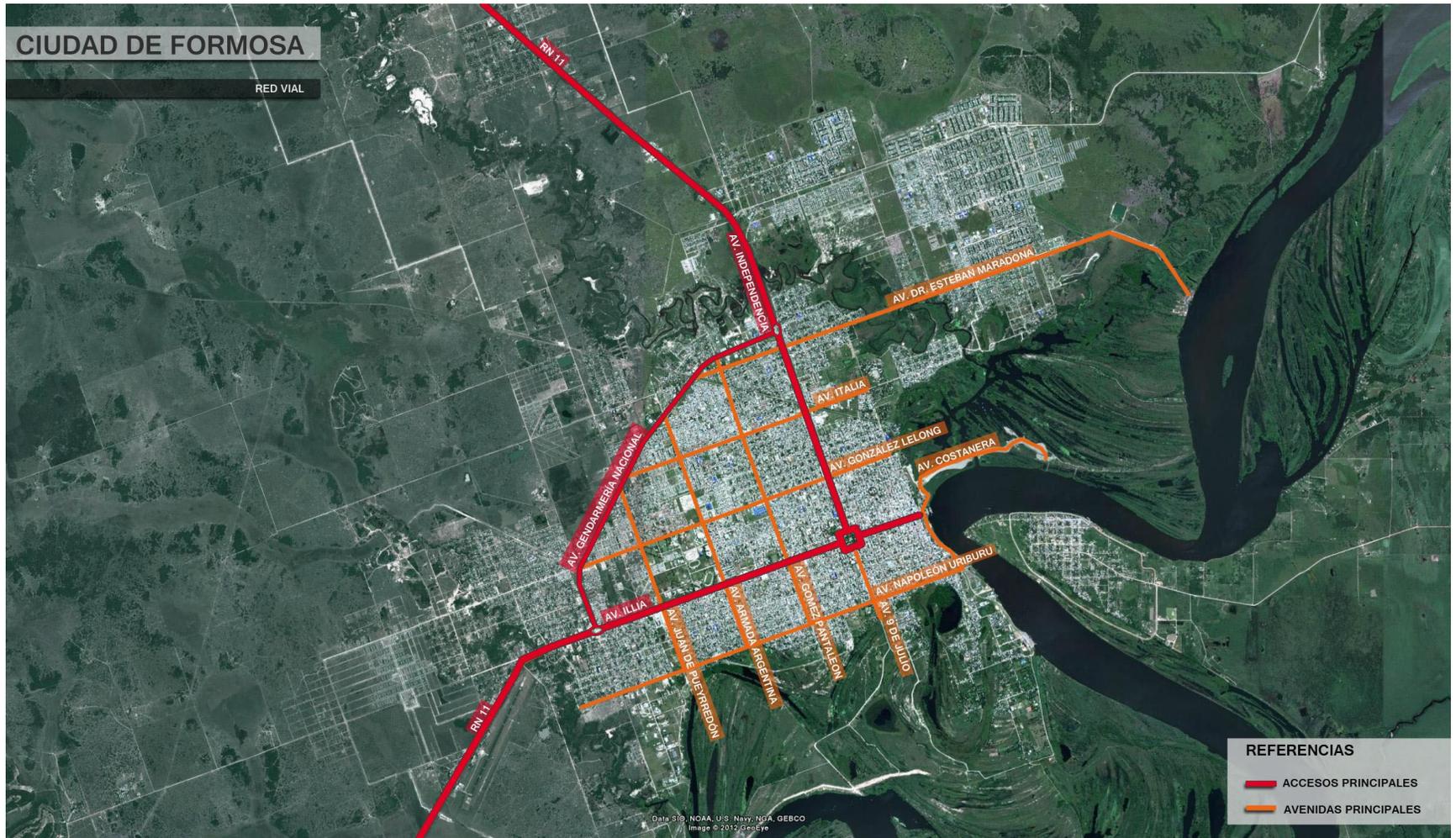
Ambas avenidas mencionadas constituyen los dos principales ejes viales del área urbana, al punto que confluyen en la Plaza San Martín, en el centro de la ciudad.

La continuidad de ambos tramos, norte y sur, de la RN11, se materializa a través de la Avda. Gendarmería Nacional, a modo de circunvalación por el borde oeste de la ciudad y conectando sendas rotondas distribuidoras en ambas zonas de acceso.

El resto del área urbana se estructura en base a un damero vial muy claro y simple, determinado por la existencia de una trama de avenidas dispuestas cada 8 manzanas, la mayoría de las cuales constituyen bulevares con doble calzada y platabanda intermedia dotada de parquización, forestación y equipamiento público.

Este esquema vial favorece un tránsito bastante fluido, aún en un escenario de un fuerte incremento en el parque automotor.

Red Vial de la Ciudad de Formosa



Las principales avenidas que constituyen esta trama principal son las siguientes:

- Avda. Italia / Teniente Aramburu.
- Avda. Néstor Kirchner / González Lelong
- Napoleón Uriburu
- Nicolás Avellaneda
- Juan de Pueyrredón
- Armada Argentina
- Gómez Pantaleón
- 9 de Julio
- Costanera Vuelta Fermoza

La obra de la Costanera constituye sin dudas la mayor intervención vial de los últimos años, no solo por su aporte en materia de conectividad vial urbana sino también por su valor agregado como equipamiento público, espacios verdes y atractivo turístico. Tales aspectos se analizarán en otros apartados de este informe.

1.2.4. Conectividad aérea provincial

El Aeropuerto Internacional de Formosa, situado sobre la RN11, es conocido como Aeropuerto El Pucú, en referencia a un arroyo que lo rodea. Se encuentra ubicado a unos 7 km hacia el sur del centro de la ciudad de Formosa.

En el gráfico siguiente, se aprecia el esquema de conectividad del Aeropuerto con el área urbana de la ciudad, que está dado por la Ruta Nacional 11.

Conectividad Aérea



El edificio consta de dos plantas. En la planta baja se encuentra el hall donde se ubican los mostradores de venta de pasajes y oficinas de despacho de tráfico.



En el ala derecha desde la entrada principal, se encuentra el restaurante y snack bar, al cual puede accederse por una escalera, situándose en un entresijo a un nivel más elevado que el hall central.

En el ala izquierda se encuentra el sector de check-in, control de equipajes y embarque y desembarque de pasajeros. En esa área se localiza la Sala de Espera de viajeros, en un local vidriado con asientos. Desde este sector puede también accederse a la Planta Alta del edificio.



En esa planta superior se encuentra un salón de eventos, utilizado para la recepción de personalidades importantes que visitan la ciudad, así como también para la celebración de fiestas.



Información General del Aeropuerto

Propietario: Fuerza Aérea Argentina

Administrador y Explotador: Aeropuertos Argentina 2000 (desde marzo de 1999)

Dirección: Ruta Nacional 11; KM 1,052 (3600) Formosa; Argentina

Teléfono informes: (54 370) 445-0463 / 0521

Ubicación: 26° 12' 51" S - 58° 13' 50" O, a 7 km (4,5 millas) al sur de la ciudad de Formosa por Ruta Nacional 11

Habilitación: Internacional Primera

Categoría OACI: 4C

Área total del predio: 430 ha

Aeroestación: 960 m²

Pistas:

Pista 1: 04/22 1800 x 40 (Asf)

Superficies:

Plataforma: 9,330 m² (incluido Aeroclub)

Superficie Edilicia: 2,079 m²

Terminal de Pasajeros: 1,050 m²

Calles de Rodaje: 9,330 m²

Hangares: 300 m²

Medios de transporte desde y hacia el aeropuerto

Carreteras de acceso: la RN 11.

Taxis: Sí

Remises: Sí

Buses urbanos: Línea 11

Distancia al centro de la ciudad: 7 km

Servicios

Alquiler de autos

Telefonía pública

Acceso a Internet WiFi

Gastronomía

Restaurante y Snack Bar

Compras

Drugstores con productos regionales, golosinas, diarios, revistas, etc.

Comodidades para minusválidos.

Estacionamientos

Total posiciones de estacionamiento: 150

Posiciones para discapacitados: 2 (no abonan tarifa)

Posiciones para embarazadas: 1

Actualmente, el Aeropuerto de Formosa se conecta con el Aeroparque Metropolitano Jorge Newbery (C.A.B.A.) con una única frecuencia diaria, de lunes a domingo, operada por Aerolíneas Argentinas / Austral Líneas Aéreas.

Se realizan vuelos de aviación general no regular con Corrientes, Resistencia, y excepcionalmente con Asunción de Paraguay como destino internacional.

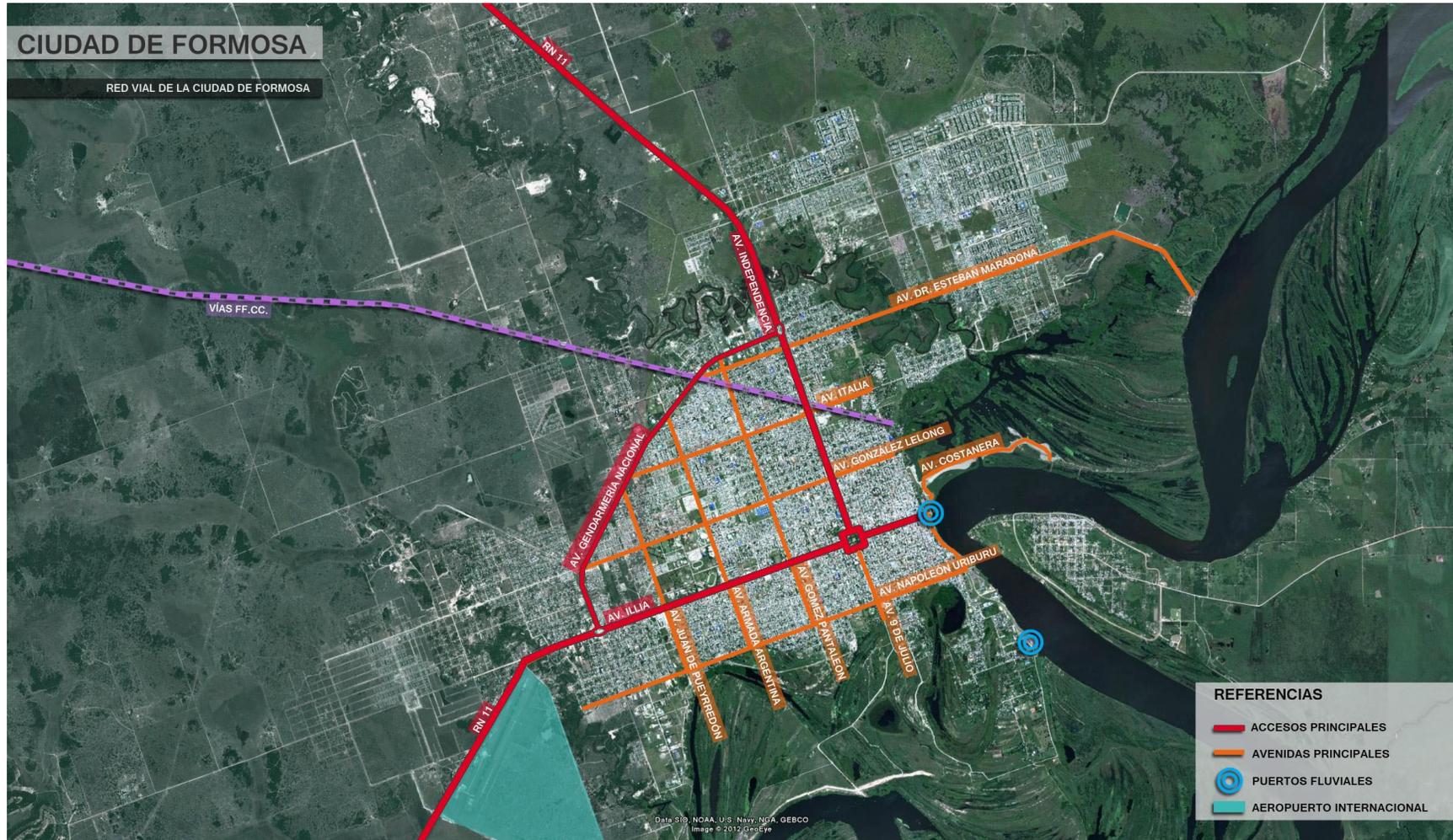
Según recientes informaciones de prensa, las autoridades de Aerolíneas Argentinas afirmaron que no está prevista la incorporación de más frecuencias entre la capital formoseña y la ciudad de Buenos Aires, debido a que la frecuencia diaria se considera suficiente para atender la demanda actual.

Se afirma que durante los últimos 6 meses, la ocupación promedio de los vuelos fue del 64 %, por lo cual la empresa no cubre los costos mínimos de las operaciones destinadas a la provincia.

En comparación a los 7 vuelos semanales hacia la capital formoseña, la vecina capital chaqueña, Resistencia, cuenta con 13 vuelos semanales, y la ciudad de Corrientes con 11.

En el capítulo correspondiente a demanda, se detallan las estadísticas respecto a ingreso de pasajeros a la provincia por esta vía aérea.

Esquema general de conectividad de la Ciudad de Formosa



1.2.5. Red ferroviaria provincial

Formosa se encuentra atravesada de este a oeste por el ramal ferroviario C25 del Ferrocarril General Belgrano, que nace en Formosa y termina en Embarcación (Salta), con 702,5 km. de longitud, de los cuales 194 se desarrollan en el chaco formoseño y salteño, y se vincula con el ramal C15 de trocha angosta que lo conecta con el resto de la red ferroviaria nacional.



En la provincia, se continúa a la espera de la reconstrucción total de ese único ramal, a fin de recuperar y poner en operación un sistema cerrado e inoperable desde hace ya muchos años.

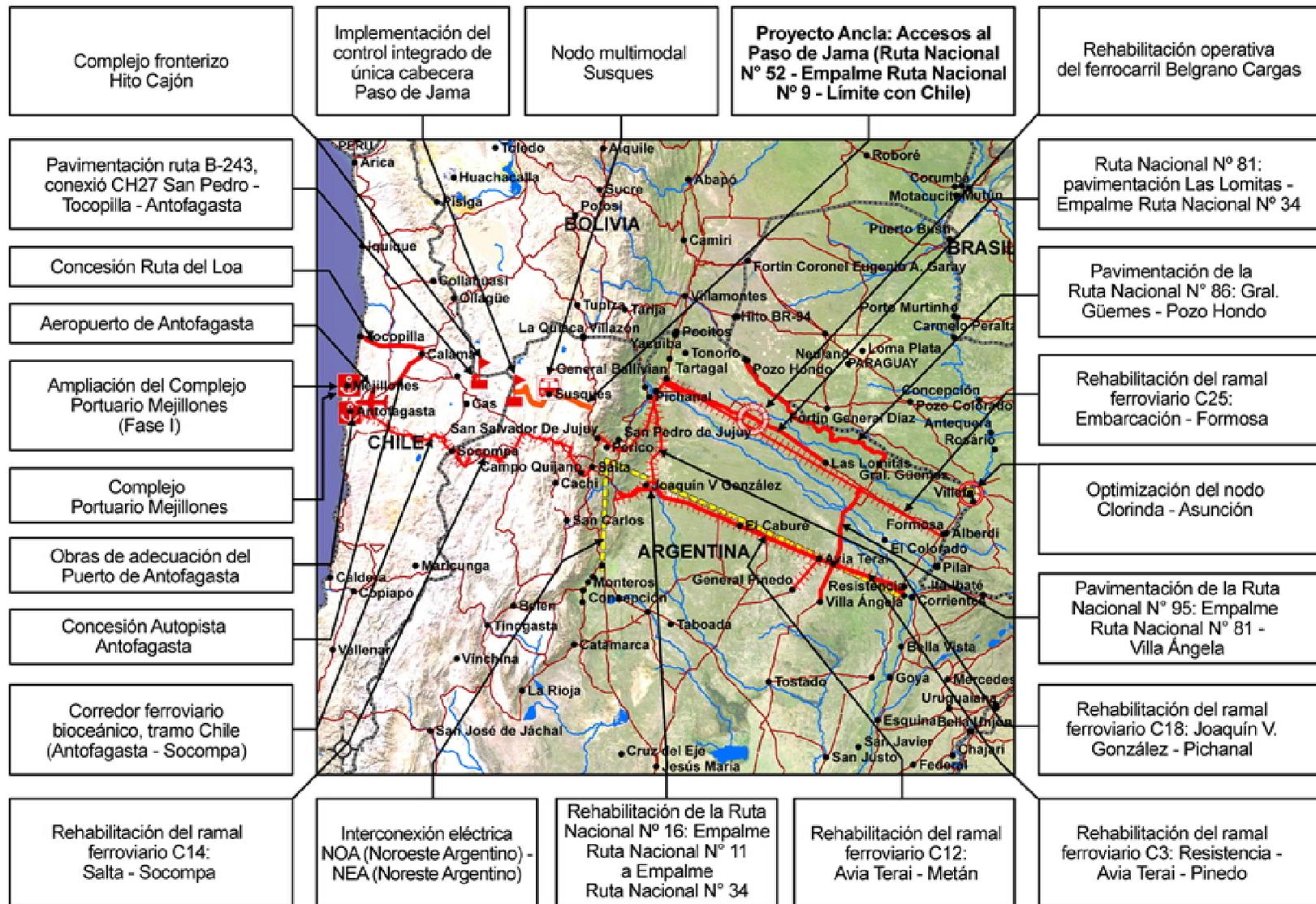
Como un primer paso, en el último año se reparó el tramo Formosa – Boedo, de cerca de 38 km. de largo.

La articulación de este proyecto con el de la Hidrovía Paraguay – Paraná y las obras del puerto formoseño, consolidarían a la provincia dentro del llamado “Eje del Capricornio”, pudiendo convertirse la ciudad de Formosa en un punto de salida a puertos de aguas profundas de ambos océanos, vinculando al NOA y NEA con Paraguay, Brasil y Chile.



Fotos: infraestructura y equipamiento ferroviario abandonado en Ing. Juárez.

En el siguiente gráfico, se describe el conjunto de acciones previstas, a escala de la macro – región, para la consolidación del eje polimodal mencionado.



Fuente Gráfico: www.iirsa.org

Se trata, entonces, del último componente necesario, junto con la RN81 y el Puerto, para completar un esquema polimodal que beneficiaría a productores, empresarios, industrias y comercio, debido a la drástica disminución en los costos de fletes.

En épocas pasadas, el ramal ferroviario formoseño llegó a transportar unas 75 mil toneladas anuales, compuestas en gran parte por petróleo que se exportaba al Paraguay. Se estima que en la actualidad, contemplando la posibilidad de que este ramal absorba cargas de una macro región que comprendería gran parte del NOA y sur de Bolivia, los volúmenes transportados podrían oscilar entre 1.200.000 y 1.500.000 tn. Anuales.

Las obras necesarias para la reactivación ferroviaria han sido estimadas en 970 millones de pesos, y se espera que generen 600 puestos de trabajo directo y 1.000 indirectos, relacionados principalmente a la fabricación de durmientes de quebracho. Las obras incluyen, al final del ramal, la construcción de una Estación de Transferencia de Cargas, de 100 Ha. de Superficie.

Si bien las perspectivas inmediatas de impacto de este medio de transporte sobre el Sector Turismo son escasas, y los proyectos están claramente orientados a su utilización como transporte de cargas, debe considerarse que su implementación generaría un impacto positivo en la economía provincial y regional, y los segmentos de Viajes & Turismo relacionados a las actividades económicas y negocios se verían beneficiadas, en particular las áreas de Hotelería y Gastronomía.

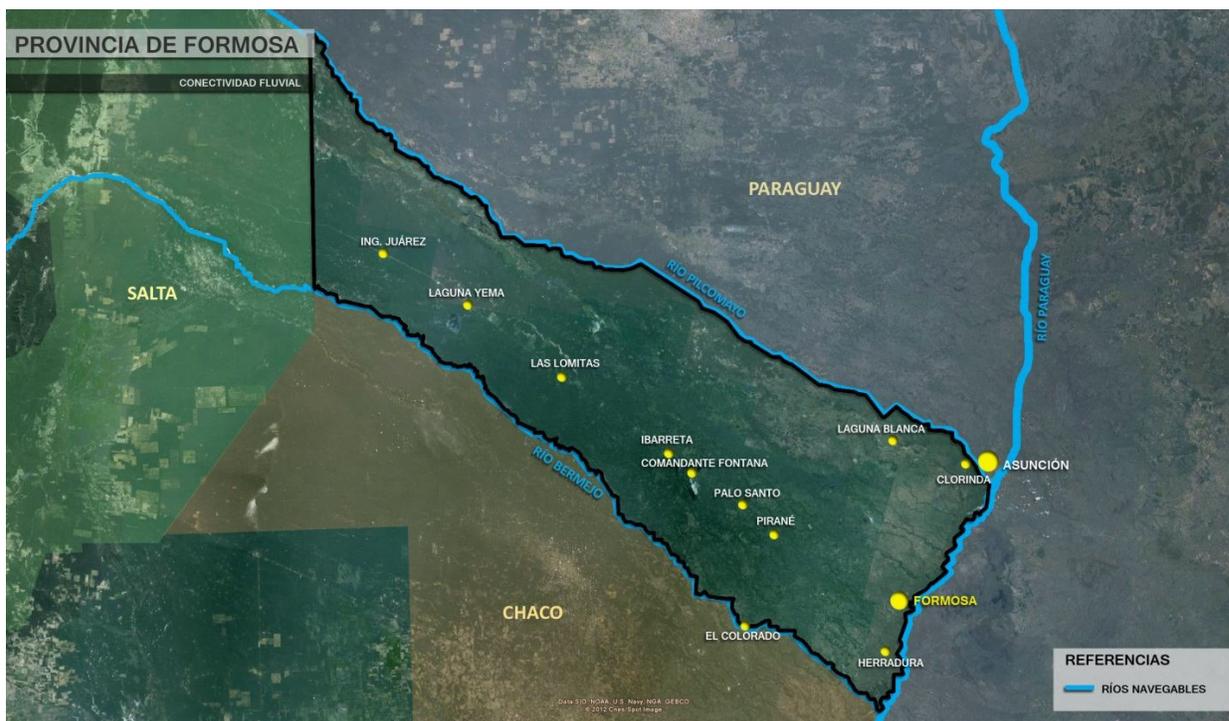
En el largo plazo, en un escenario de pleno desarrollo de la actividad ferroviaria, con inclusión del transporte de pasajeros, la disponibilidad de un medio de transporte coincidente con el eje mayor territorial de la Provincia, implicaría un impacto relevante en las condiciones y variantes de accesibilidad a muchos de los recursos turísticos que dispone la Provincia.

1.2.6. Conectividad Fluvial

También en este caso, las oportunidades y fortalezas en materia de conectividad son comunes tanto a los aspectos económico – productivos como a los turísticos.

La disponibilidad de extensos y caudalosos cursos de agua, sello distintivo de las provincias del NEA, introduce la posibilidad de generación de numerosos productos turísticos, tanto por la posibilidad de recorrer vastas zonas de alto valor paisajístico, como por la factibilidad de contar con novedosas y cómodas opciones de accesibilidad hacia zonas históricamente postergadas y de importante potencialidad turística.

La situación geográfica de Formosa sobre la Hidrovía Paraguay – Paraná, considerada la Espina Dorsal de los países de la cuenca del Plata, abre enormes potencialidades de desarrollo no solo en términos de logística de cargas, tal como se señaló en el apartado anterior, sino también de desarrollo turístico, considerando que el río Paraguay permite el acceso fluvial a los principales atractivos turísticos de la región húmeda del este formoseño.



Asimismo, considerando que los ríos Pilcomayo y Bermejo que bordean a la provincia por el norte y sur respectivamente son también navegables con embarcaciones de pequeño calado, estas posibilidades de aprovechamiento turístico se potencian aún más, considerando que eventuales excursiones fluviales, o incluso líneas regulares de transporte, modificarían sustancialmente las condiciones de accesibilidad de componentes primarios de la oferta turística provincial.

Esto constituiría, además, un aspecto novedoso y original de la oferta turística formoseña, habida cuenta que las excursiones fluviales no forman parte de la oferta turística tradicional de la argentina, y en este caso son coincidentes con recursos naturales y paisajísticos de calidad.



Mapa: Hidrovía Paraguay - Paraná

1.2.6.1. Río Paraguay

El río tiene una longitud total de 2625 km y una extrema lentitud en su curso, debido al escaso desnivel del territorio (5 a 6 cm. por km.), lo cual explica también la gran cantidad de meandros. El régimen es bastante constante, del orden de los 4.300 m³/s, lo cual lo hace el principal afluente del Paraná.

Debido a que no tiene ninguna central hidroeléctrica en su recorrido, es casi enteramente navegable (2.200 km.), siendo la segunda vía fluvial del continente detrás del Amazonas y de gran importancia estratégica por otorgar salida al Atlántico a naciones sin litoral marítimo, como Paraguay y Bolivia.



Embarcaciones de dos metros de calado pueden llegar a la ciudad de Asunción durante todo el año, y durante tres cuartas partes del año pueden también hacerlo embarcaciones de tres metros de calado (aproximadamente 1.500 tn.).

Existen proyectos intergubernamentales de los países de la cuenca, orientados a optimizar las posibilidades de navegación y aprovechamiento de la Hidrovía para garantizar la salida de la producción industrial y, especialmente, agrícola de la región.

La pesca en el río es variada. Se destacan las especies Pintado, Pacú y Bagres. Además, se destaca la presencia de miles de yacarés, de hasta 4,20 metros de largo, en toda su extensión. Formosa capital es la segunda ciudad más importante después de Asunción sobre las márgenes del Río Paraguay.

1.2.6.2. Río Pilcomayo

El Río Pilcomayo nace en las cordilleras orientales del Altiplano Boliviano, marcando luego el límite entre el Chaco Boreal y el Chaco Central. En su curso por territorio boliviano, ha venido siendo profundamente afectado por vertidos contaminantes de origen minero y cloacal. Asimismo, gran parte de su cauce ha sido derivado artificialmente hacia el Chaco Boreal.



Ya fuera de territorio boliviano, e ingresando desde el noreste de la provincia de Salta, este río constituye el límite norte de la Provincia de Formosa, separándola de la vecina República del Paraguay.



Aguas abajo del paralelo 22°S, el carácter extremadamente llano del territorio genera la indefinición del cauce y la formación de extensos bañados o esteros, lo cual se incrementa al sur del trópico de Capricornio, apareciendo humedales como el bañado la Estrella, en la provincia de Formosa.

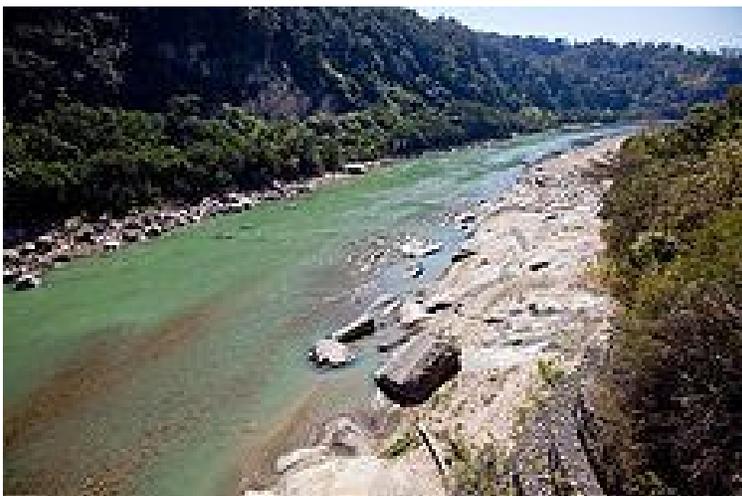


Si se recuperase el caudal de este río en toda su extensión, resultaría una valiosa hidrovía en el sistema de la Cuenca del Plata, y con fuertes potencialidades de aprovechamiento turístico.

Existe un convenio y proyecto trinacional para la creación de un Plan Maestro que permita esta recuperación y uso del Pilcomayo.

1.2.6.3. Río Bermejo

El Río Bermejo nace en Bolivia, aunque la mayor parte de su cuenca y recorrido discurre en territorio argentino, luego de constituir el límite internacional entre ambos países por 75 km.



Posteriormente atraviesa las provincias de Salta, Formosa y Chaco (formando límite entre estas últimas), antes de desembocar en el Río Paraguay.



A la altura del Trópico de Capricornio, su cauce se divide en dos brazos: al norte recibe el nombre de río Bermejito, y coincide con el antiguo cauce del Bermejo; mientras que el ramal sur, conocido como río Teuco, es el más caudaloso de los dos, y se separó del cauce antiguo a fines del siglo XIX.

El río tiene una longitud total de 1.450 km y es uno de los más importantes del país.

Desde el siglo XIX se han desarrollado proyectos e iniciativas concretas de canalización del río, considerando sus potencialidades como una valiosa hidrovía aún no explotada. Los principales condicionantes están dados por la alta carga de sedimentos que transporta (que explican la coloración marrón – rojiza que impregna aguas abajo a los ríos de la Cuenca del Plata que reciben sus aguas), lo cual dificulta el consenso para la concreción de tales proyectos.



Desde el punto de vista turístico, la importancia de este río es fundamental para Formosa, no solo por la atraktividad de numerosos parajes situados en sus márgenes, como la Reserva Natural Formosa, El Colorado, etc., sino también porque la posibilidad de generación de excursiones fluviales, como ya se ha señalado, abre la oportunidad de generar nuevos y novedosos productos turísticos, potenciando la accesibilidad de esos atractivos.

1.2.7. Transporte Interurbano Automotor de Pasajeros

La Estación Terminal de Ómnibus de la Ciudad de Formosa está ubicada sobre el acceso principal de la misma, sobre la confluencia de dos avenidas principales en la malla vial urbana, lo cual permite una buena accesibilidad desde las distintas zonas de la ciudad y su área de influencia, y una adecuada vinculación de los colectivos hacia los distintos puntos de destinos provinciales y nacionales.



A lo largo de la Avenida Gutnisky, una de las avenidas mencionadas, existen varios accesos peatonales que permiten el ingreso a las zonas de estacionamiento y a todas las áreas donde se realizan actividades comerciales, a los andenes de ómnibus, y boleterías.

Los principales servicios de que consta la Terminal, son los siguientes:

- Boleterías de las Empresas de Transporte Regulares
- Depósitos y despacho de encomiendas
- Oficina de información turística
- Restaurantes, bares, confiterías y locales comerciales
- Sanitarios y teléfonos públicos

- Descenso y ascenso de pasajeros taxis o remises
- Ingreso a la playa de estacionamiento
- Paradas de Transportes Urbanos
- Andenes de ómnibus (un total de 13)
- Policía de la Provincia de Formosa
- Oratorio
- Receptorías de Pago de Servicios
- Expendedores de agua caliente
- Cajero Automático
- Juegos Recreativos para niños



La circulación por las diferentes zonas se realiza por amplios pasillos. En el primer piso funcionan oficinas de Administración y también de Personal de Seguridad, y se tiene

acceso a las mismas por escaleras laterales que se encuentran en la zona de ingreso principal y laterales.

Personal de seguridad recorre en forma permanente el complejo y colaboran en la información y orientación de los pasajeros que lo requieren.

En cuanto a los servicios de transporte de pasajeros propiamente dichos, se detallan a continuación las cantidades de empresas que prestan servicios regulares hacia distintos destinos internacionales, nacionales y provinciales:

Destinos Internacionales:

- Asunción (Paraguay): 3 empresas.

Destinos Nacionales:

- Resistencia: 10 empresas
- Buenos Aires: 9 empresas (21 servicios diarios)
- Corrientes: 6 empresas.
- Santa Fe: 4 empresas.
- Rosario: 4 empresas.
- Salta: 3 empresas.
- Córdoba: 2 empresas.
- Posadas: 1 empresa.

Se detalla a continuación el esquema de servicios prestados por las diferentes empresas que cubren el trayecto Formosa – Buenos Aires.

Empresa		Salida	Llegada	Duración	Categoría	Precio	
El Pulqui		09:15 diario	02:05 prox. día	16 hs. 50 min.	2 Cama- Ejec.	online	
El Pulqui		09:15 diario	02:05 prox. día	16 hs. 50 min.	3 Semicama	online	
El Pulqui		12:30 diario	05:25 prox. día	16 hs. 55 min.	2 Cama- Ejec.	online	
El Pulqui		12:30 diario	05:25 prox. día	16 hs. 55 min.	3 Semicama	online	
Nueva Godoy		13:00 diario	06:40 prox. día	17 hs. 40 min.	4 Común c/aire	aprox.	AR\$ 487
Plaza		13:00 diario	06:00 prox. día	17 hs. 0 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 515
El Cometa		15:00 diario	05:25 prox. día	14 hs. 25 min.	3 Semicama	online	
El Pulqui		17:00 diario	09:30 prox. día	16 hs. 30 min.	2 Cama- Ejec.	online	
Nueva Godoy		17:00 diario	09:15 prox. día	16 hs. 15 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
El Pulqui		17:00 diario	09:30 prox. día	16 hs. 30 min.	3 Semicama	online	
Empresa Puerto Tirol		17:15 diario	08:30 prox. día	15 hs. 15 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 362
Crucero del Norte		18:00 diario	09:00 prox. día	15 hs. 0 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
El Cometa		18:30 diario	10:00 prox. día	15 hs. 30 min.	2 Cama- Ejec.	online	
Plaza		19:00 diario	11:30 prox. día	16 hs. 30 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Empresa Puerto Tirol		19:00 diario	09:00 prox. día	14 hs. 0 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 362
Empresa Puerto Tirol		19:00 diario	09:00 prox. día	14 hs. 0 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 413
Flecha Bus		19:00 diario	10:45 prox. día	15 hs. 45 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
Flecha Bus		19:00 diario	10:45 prox. día	15 hs. 45 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Aguila Dorada Bis - Capital del Monte		19:30 diario	09:30 prox. día	14 hs. 0 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
Aguila Dorada Bis - Capital del Monte		19:30 diario	09:30 prox. día	14 hs. 0 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Crucero del Norte		19:45 diario	11:25 prox. día	15 hs. 40 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Crucero del Norte		19:45 diario	11:25 prox. día	15 hs. 40 min.	1 Cama Suite	aprox.	AR\$ 698
ITATI		20:00 diario	09:15 prox. día	13 hs. 15 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 423
Flecha Bus		20:40 diario	10:50 prox. día	14 hs. 10 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 603
Flecha Bus		21:00 diario	11:55 prox. día	14 hs. 55 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
Flecha Bus		21:00 diario	11:55 prox. día	14 hs. 55 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Plaza		21:00 diario	13:30 prox. día	16 hs. 30 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
Aguila Dorada Bis - Capital del Monte		21:30 diario	11:45 prox. día	14 hs. 15 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 567
Flecha Bus		21:30 diario	11:00 prox. día	13 hs. 30 min.	1 Cama Suite	aprox.	AR\$ 698
Aguila Dorada Bis - Capital del Monte		21:30 diario	11:45 prox. día	14 hs. 15 min.	3 Semicama	aprox.	AR\$ 529
Flecha Bus		21:30 diario	11:00 prox. día	13 hs. 30 min.	2 Cama- Ejec.	aprox.	AR\$ 603
El Pulqui		22:00 diario	13:05 prox. día	15 hs. 5 min.	3 Semicama	online	
El Pulqui		22:00 diario	13:05 prox. día	15 hs. 5 min.	2 Cama- Ejec.	online	

Gráfico: www.omnilineas.com.ar/

Cantidad de empresas de transporte de pasajeros según destinos (nacionales e internacionales)

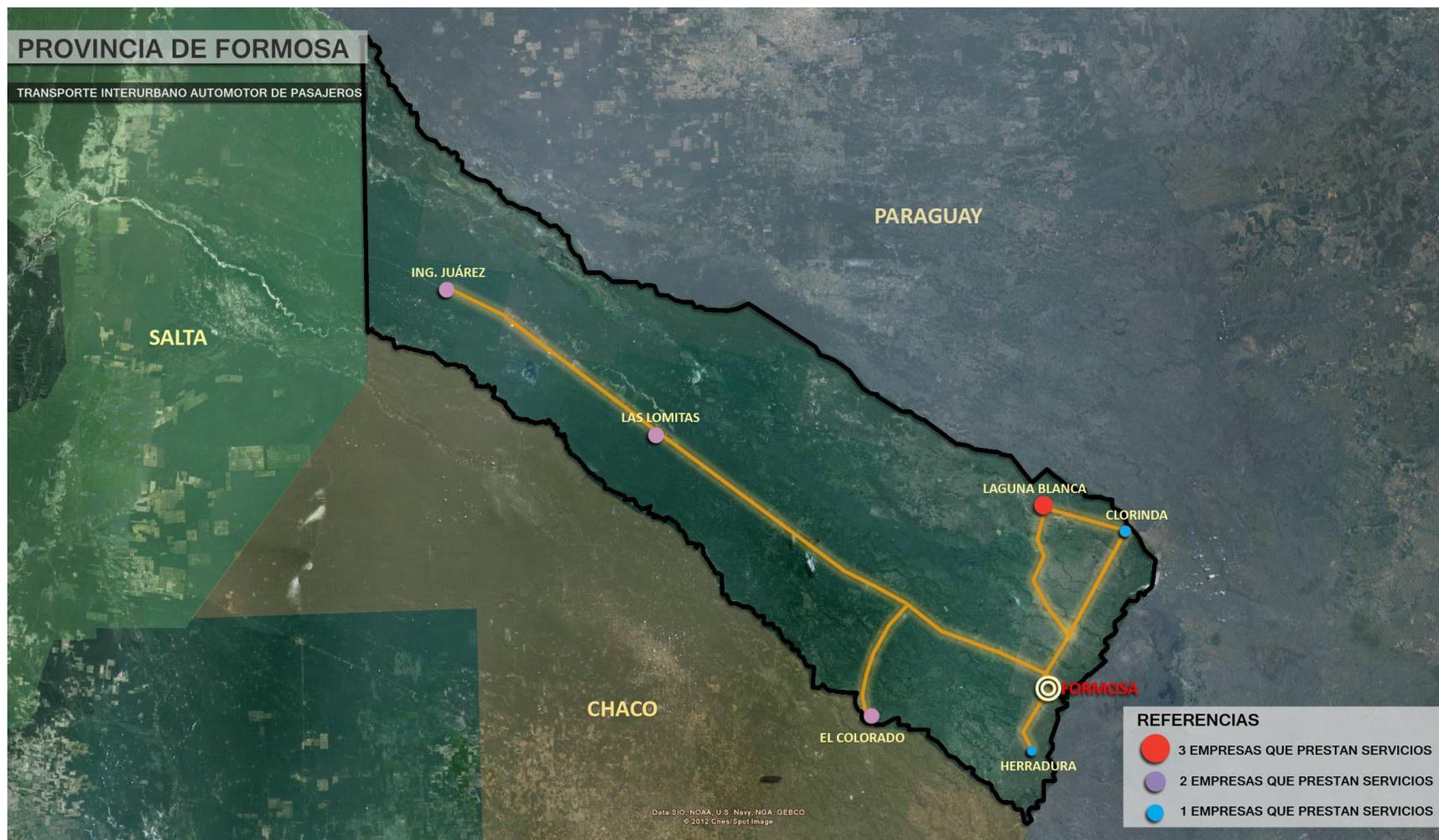


Destinos Provinciales:

- Laguna Blanca: 3 empresas
- Las Lomitas: 2 empresas
- Ing. Juárez: 2 empresas
- El Colorado: 2 empresas
- Clorinda: 1 empresa
- Herradura: 1 empresa



Cantidad de empresas de transporte de pasajeros según destinos (provinciales)



1.2.8. Conclusiones

En términos estrictos de conectividad y accesibilidad turística, la situación de Formosa es ciertamente desventajosa respecto a los principales centros emisores de turismo nacional e internacional, sobre todo considerando la presencia relativamente cercana y equidistante de Iguazú como principal referencia de destino turístico, asociado a una oferta de atractivos naturales y de aventura como la que potencialmente puede ofrecer la provincia de Formosa.

Como dato significativo en materia vial, cabe destacar la fuerte incidencia de la inversión pública en obras que apuntan a una sustancial mejora en las condiciones de accesibilidad y conectividad para muchas regiones de la provincia, especialmente las del occidente, que históricamente se encontraban postergadas.

También resulta remarcable, que el amplio impacto que están generando las infraestructuras y equipamientos que se vienen concretando en la provincia, está enmarcado en un plan sistemático y a largo plazo, el **Plan de Infraestructura de la Provincia de Formosa 2012**, que contempla las obras que aquí se mencionan.

La pavimentación de la Ruta Nacional 81, de carácter interprovincial pero claramente promovida desde la gestión del gobierno provincial, ha implicado un salto cualitativo sustancial, evaluado tanto desde la perspectiva geopolítica antes descrita, como en términos de potencialidad de desarrollo turístico integral y de vinculación con la región NOA, claramente posicionada en un escalón superior en materia de desarrollo turístico. Concurrentemente, las obras en curso en la RN86 constituyen otro avance esencial en términos de articulación territorial y posicionamiento geopolítico.

Más allá de la conectividad vial – automotor, que puede evaluarse en general como correcta y mínimamente acorde a las necesidades actuales, y en franco proceso de mejora en los últimos años, las alternativas no resultan demasiado amplias, habida cuenta del muy bajo nivel de frecuencias de transporte aéreo que sirven actualmente a

la provincia, que si bien puede corregirse progresivamente en función del gradual y previsible incremento en la afluencia turística, registra importantes grados de inelasticidad en su infraestructura construida, considerando las características del aeropuerto local.

Tampoco proporciona un panorama positivo el prolongado letargo de la actividad ferroviaria, y sus escasas perspectivas a corto y mediano plazo para convertirse en un medio alternativo de transporte de pasajeros.

El transporte fluvial, si bien con un grado de desarrollo incipiente, ofrece interesantes perspectivas de desarrollo, en particular en relación a la actividad turística, ya que constituye en general un medio de transporte poco utilizado en el país y que en el caso de Formosa podría proporcionar, como se ha mencionado en apartados anteriores, alternativas de accesibilidad a muchos de los recursos naturales en estado casi virginal con que cuenta la provincia en cercanías de los dos grandes ríos que la limitan por el norte y sur, el Río Pilcomayo y el Bermejo, respectivamente.

Como se ha señalado, las potencialidades relacionadas con el transporte fluvial exceden largamente los aspectos turísticos y constituyen un verdadero desafío y oportunidad para un fuerte posicionamiento geopolítico de Formosa, a partir del cual la actividad turística puede resultar beneficiada directa e indirectamente en muchos de los rubros y segmentos de la actividad.

1.3. Productos Turísticos

1.3.1. Introducción

1.3.1.1. Aspectos Conceptuales de los Productos Turísticos

Previamente al análisis específico de los productos turísticos disponibles en la Provincia de Formosa, es necesario comenzar por realizar definiciones conceptuales acerca de lo que se considera y entiende por Producto Turístico:

Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones. Deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días, para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, de salud u otros, o una combinación de varios de ellos, y que, además, propicien las mejores experiencias.¹

Por tanto, producto turístico es aquello que se puede vender y comprar, tiene un precio y está constituido por un conjunto de servicios destinados a satisfacer determinadas expectativas, es decir la experiencias que desean recibir los clientes para satisfacer su motivación (Schlüter y Winter, 2007).

Los Productos se diseñan atendiendo a las características de los segmentos de mercado y, en especial, a la motivación que genera el viaje. Por ello, cuando se extienden y popularizan ciertas modalidades innovadoras comienza a hablarse de “nuevos productos turísticos”, como Turismo Rural, o Turismo Gastronómico (Schlüter, 2006).

Los productos turísticos, presentan una gran complejidad, por la gran variedad y diversidad de los componentes que los conforman. Además de diseñarse para satisfacer necesidades, también deben brindar una experiencia susceptible de ser recordada.

Los productos son, ante todo, heterogéneos, y en muchos casos lo son en grado extremo. Están formados por diversos componentes que pueden ser tanto tangibles como intangibles.

¹ Salinas Cháves, E; Medina Pérez, N. – Los Productos Turísticos, pilares de la comercialización.

La producción y el consumo de los Productos Turísticos es simultánea, y su percepción de calidad es esencialmente individual y subjetiva, sujeta a múltiples condicionantes entre los cuales se destaca la formación, personalidad y gustos de cada cliente. De igual manera, influyen en tal percepción determinadas condiciones objetivas relacionadas con el ambiente y contexto en que se está prestando el servicio.

Los productos turísticos pueden cambiar con el tiempo mediante el agregado o modificación de componentes, como también debe considerarse que pueden hacerse obsoletos con el paso del tiempo.

Pueden detallarse determinados componentes esenciales de los Productos Turísticos, detallados en el trabajo citado en la página anterior, que colaborarán en la interpretación y valoración de los actualmente disponibles en la Provincia de Formosa.

- Los recursos turísticos (naturales, histórico-culturales y socio-económicos).
- Accesibilidad.
- Guías especializados.
- Medios de transporte y comunicación.
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros.
- Equipamiento recreativo de diversos tipos.
- Comunidad local.
- Atractivos periféricos complementarios.

Cabe aclarar que en el análisis de los Productos Turísticos de la Provincia de Formosa, se incluirá la referencia a los recursos turísticos que componen cada uno de ellos, independientemente de que en el apartado 1.4. de este informe, se realiza un análisis más profundo y detallado de los Recursos Naturales, entendidos a priori como el componente principal de la oferta turística formoseña.

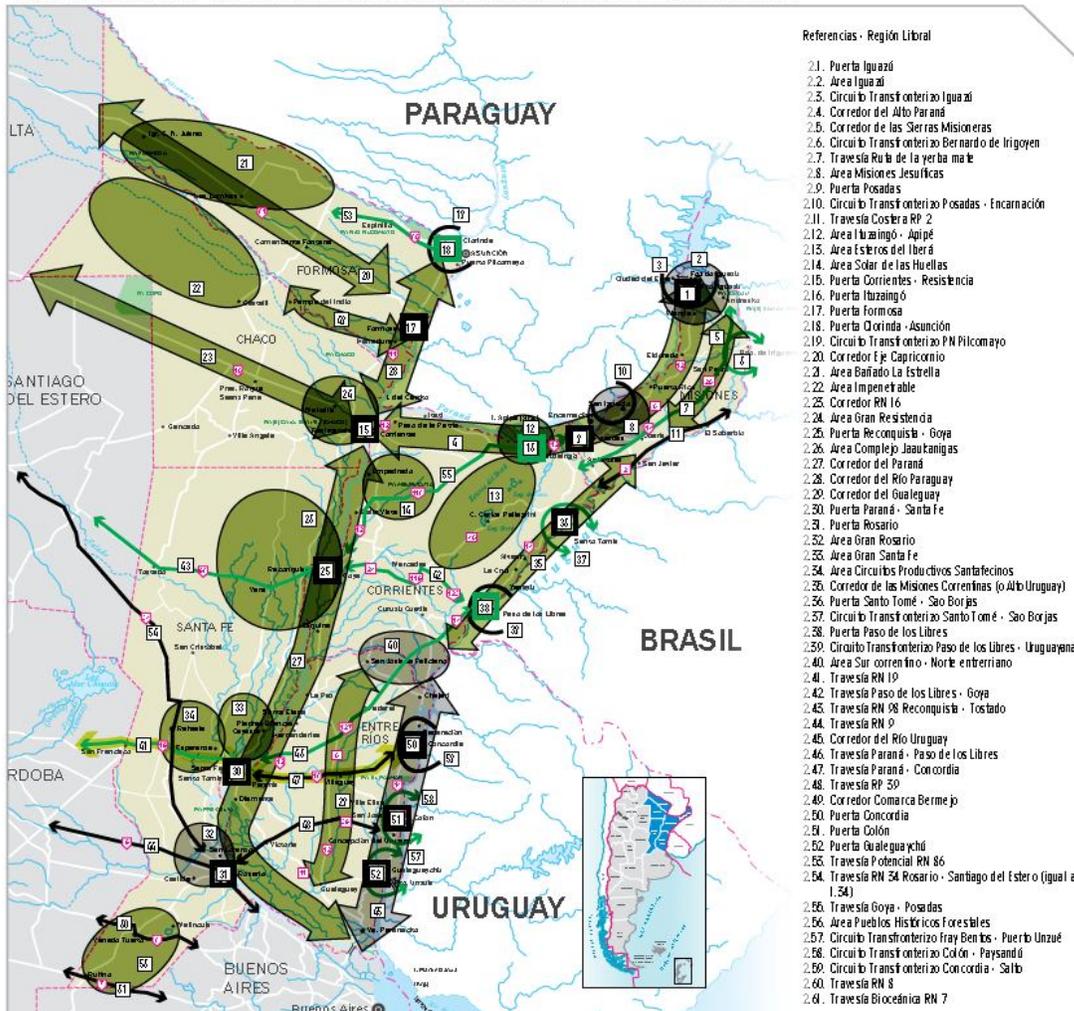
Asimismo, algunos aspectos esenciales relacionados a los Productos Turísticos mencionados en el listado anterior, tales como la Accesibilidad, los Medios de Transporte, y la disponibilidad de alojamiento, ya han sido analizados en los apartados 1.1. y 1.2.

1.3.1.2. El PFETS y la oferta turística de Formosa

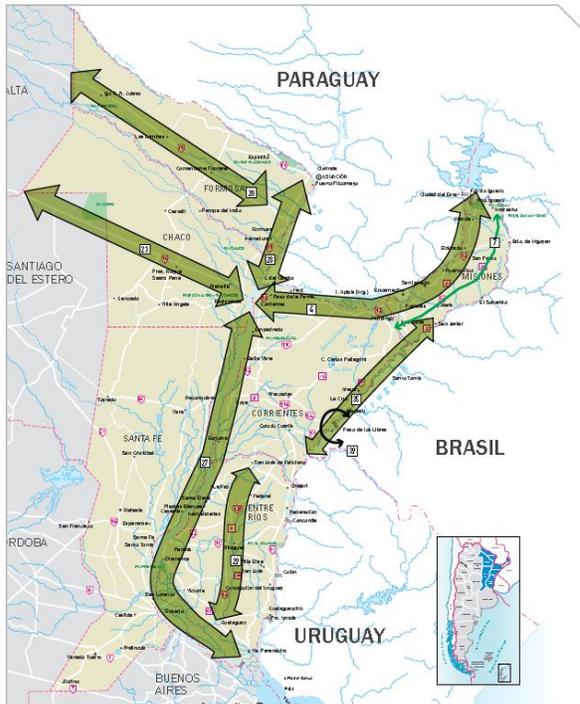
A fin de otorgar un marco global al análisis y descripción de los productos y recursos turísticos con que cuenta la Provincia, es necesario referirse a los aspectos contemplados por el **Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS)** desarrollado por el Gobierno Nacional en el año 2005 y actualizado durante el año 2011, con la participación de múltiples actores tanto del sector público como privado relacionados a la actividad.

En el caso de la Provincia de Formosa, su análisis se encuentra enmarcado por su región de pertenencia, Litoral, dentro de la cual se analizaron y priorizaron los distintos componentes del espacio turístico (Puertas, Corredores, Espacios, etc.).

Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT) 2011: Región Litoral

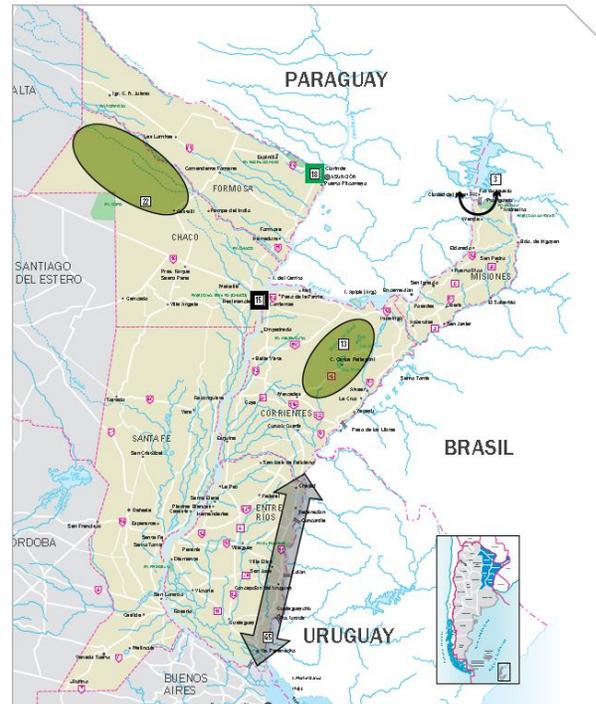


**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T2:
Región Litoral**



Región Litoral: Espacios del T2

**Mapa de Priorización Consolidado (MPC) T3:
Región Litoral**



Región Litoral: Espacios del T3

Como síntesis, puede decirse que dentro de este análisis regional, los componentes formoseños de este espacio resultaron con niveles de valoración y priorización de niveles medios y bajos. Es notoria la diferencia de valoración respecto a otros espacios de la región, particularmente el área de Iguazú y corredores cercanos, y también con respecto a atractivos situados en las áreas más desarrolladas y pobladas del centro y sur del litoral.

Esta situación, lejos de introducir un aspecto negativo para los objetivos de este trabajo, constituye un factor de realismo respecto al lugar que ocupa la provincia actualmente dentro del mapa turístico nacional y regional, y un aliciente respecto a la necesidad de planificar acciones a escala local para difundir y comunicar la valiosa oferta de atractivos naturales y culturales de la Provincia, generar su visibilización y, lo que es más importante, disparar el desarrollo de proyectos concretos para lograr un mejor posicionamiento en el mediano y largo plazo.

El PFETS contempla para el caso de Formosa, los siguientes componentes principales:

- **Corredor Potencial Eje Capricornio:** Se valora su condición no solo de vía de articulación territorial para la provincia de Formosa y de accesibilidad a atractivos turísticos, sino también su condición de componente de un corredor bioceánico desde Brasil y Paraguay hasta el norte de Chile.
- **Puerta Clorinda – Asunción:** La considera un componente “actual” de la oferta turística, valorando principalmente su condición de puerta internacional desde una ciudad, Asunción, de importante peso demográfico y generadora de un muy importante comercio transfronterizo.
- **Corredor Río Paraguay:** Lo considera como un componente “potencial” de la oferta, acentuando el rol de Formosa y otras localidades formoseñas para tal fin.
- **Puerta Formosa:** También en este caso es considerado como de desarrollo “potencial”, con menor nivel de valoración que otras puertas turísticas de la región, y previendo su desarrollo a largo plazo.
- **Parque Nacional Río Pilcomayo:** Lo considera como un componente “actual” e importante de la oferta turística, aun cuando se menciona que las estadísticas de incremento de visitantes a Parques Nacionales es menor a la de otros Parques de la región litoral.
- **Área Bañado La Estrella:** Es clasificado como un componente “potencial” englobado dentro de una categoría de ambientes naturales a desarrollar en su aprovechamiento en el mediano plazo, junto con los Esteros del Iberá (Corrientes) y El Impenetrable (Chaco).
- **Corredor Comarca Bermejo:** También clasificada como un componente “potencial” de la oferta turística regional.

1.3.1.3. Circuitos Turísticos

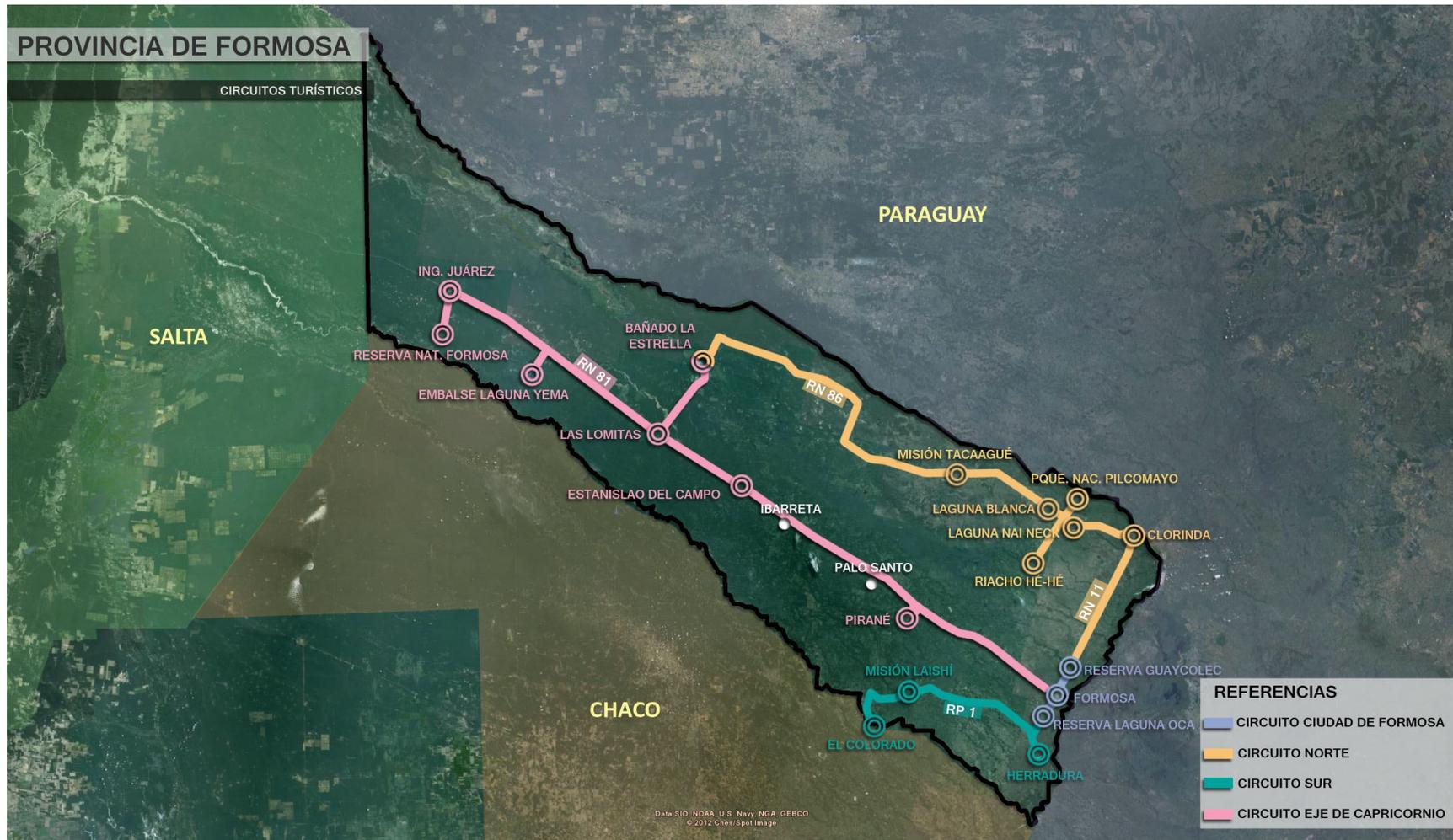
Si bien el todavía incipiente desarrollo turístico de Formosa y sus aún débiles estructuras de marketing y comercialización impiden una identificación precisa de “circuitos turísticos”, la aproximación al diagnóstico de la situación actual de la actividad que se realiza en este informe, permite una zonificación provisoria de esos circuitos.

Sin perjuicio de esto, en las sucesivas etapas de este trabajo, las instancias de diagnóstico participativo y generación de propuestas permitirán ajustar y, eventualmente modificar, este esquema.

A los fines de los contenidos de este trabajo, los productos turísticos y atractivos naturales relacionados, que se incluyen en los apartados 1.3. y 1.4. de este informe, han sido agrupados en función del siguiente esquema de circuitos.

- 1) Circuito Ciudad de Formosa: Comprende el área urbana de la ciudad de Formosa y su entorno inmediato (incluyendo atractivos como la Reserva de Biosfera de Laguna Oca, la Reserva Guaycolec, etc.).
- 2) Circuito Norte: Incluye los centros urbanos, recursos naturales y atractivos turísticos ubicados hacia el norte de la ciudad capital, sobre los ejes constituidos por la RN11, RN86 y las Rutas Provinciales vinculadas a estas. Abarca principalmente al departamento de Pilcomayo y de Pilagás, y el norte del departamento Patiño.
- 3) Circuito Sur: Abarca el sudeste de la Provincia de Formosa, involucrando las áreas de influencia de las localidades de Herradura, Misión Laishí y El Colorado. Comprende el Departamento de Laishí y el sur del Departamento Pirané.
- 4) Circuito Eje del Capricornio: Es coincidente con el trazado de la Ruta Nacional 81 y las rutas provinciales que confluyen directamente a esta. Involucra productos y atractivos turísticos ubicados en los Departamentos Matacos, Bermejo, Patiño y centro - norte del Departamento Pirané.

Circuitos Turísticos



1.3.2. Turismo Cultural y de Ciudad

Se relaciona a los distintos atractivos, tanto culturales e históricos, disponibles en los centros urbanos de la Provincia de Formosa, que constituyen actualmente, o pueden potencialmente conformar a futuro, circuitos turísticos.

Circuito Ciudad de Formosa

1.3.2.1. Ciudad de Formosa

La ciudad capital de Formosa constituye, con considerable distancia sobre el resto de los centros urbanos de la Provincia, el principal nodo de concentración de atractivos culturales urbanos.

Si bien la relativa juventud de la ciudad, fundada en 1879, conlleva la inexistencia de patrimonio histórico y cultural construido de períodos coloniales, tan característica de otras regiones turísticas argentinas como el NOA, se observa en el caso de la capital formoseña que han sido preservados exponentes construidos y contenidos culturales valiosos, estrechamente vinculados con los períodos fundacionales de la ciudad y el territorio, con el auge de la actividad ferroviaria, y con los aspectos culturales relacionados con las culturas aborígenes que pueblan su territorio.

Por otra parte, es de destacar el elevado nivel cuantitativo y cualitativo de las inversiones realizadas sobre esta ciudad y otras del territorio provincial, tendientes principalmente a la revalorización del Espacio Público y de sitios que asumen el carácter de “Espacio Abierto” en el sentido más amplio del término, es decir aquel que asigna a tales espacios la vocación y rol de facilitar el autorreconocimiento y la interacción social de la comunidad.

Como ya se ha señalado, los atractivos urbanos de la ciudad de Formosa cuentan además con la ventaja de las mejores condiciones de accesibilidad vial y aérea, mayor disponibilidad y calidad de alojamiento, y mayores servicios complementarios dentro de la provincia.

Se describen a continuación los principales recursos turísticos que conforman este producto, señalándose que no se ha incluido en este capítulo un nuevo espacio de carácter ya emblemático para la ciudad, la Costanera “Vuelta Fermoza”, el cual si bien es parte de este producto, lo es también del producto Sol y Playa. Se ha considerado pertinente incluirlo en ese último capítulo, habida cuenta del carácter eminentemente recreativo y de aproximación al recurso natural Río Paraguay que detenta ese paseo.

Iglesia Catedral

Iglesia Catedral Nuestra Señora del Carmen, sitio donde descansan los restos del Comandante Jorge Fontana, fundador de la ciudad de Formosa.

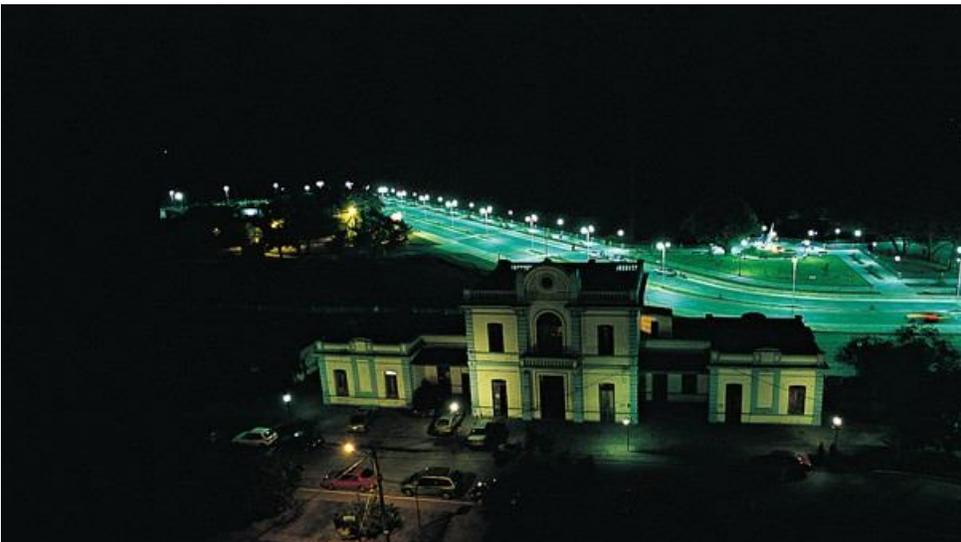
Debido a los deterioros que el Templo poseía y a la falta de recursos económicos, en el 2006, el Gobierno provincial abordó la refacción total de la Iglesia. Fueron reacondicionadas las torres, se mejoró el cielorraso, se cambió la iluminación y se pintó totalmente tanto la fachada como el interior. Las obras concluidas fueron entregadas en 2008.





Estación del Ferrocarril General Belgrano:

Ubicada en Av. 25 de Mayo y San Martín, de estilo neocolonial, y con una superficie construida de 1.000 m². Luego del virtual abandono producido por el desmantelamiento de la actividad ferroviaria durante décadas pasadas, actualmente se encuentra reciclada e incorporada al circuito paisajístico y cultural constituido por la Costanera “Vuelta Fermoza”, que incluye intervenciones similares sobre otros antiguos componentes de la infraestructura y equipamiento ferroviario.





El tendido de la línea férrea Formosa - Embarcación (Salta) se realizó a fines de la primera década del siglo XX. La Estación Formosa se inauguró en 1915, constituyéndose en la más alta expresión arquitectónica de la ciudad. Su diseño y construcción estuvo a cargo de la Dirección de Obras del Ferrocarril.

Por Ley Nacional Nº 24882 del 26 de Noviembre de 1997, se declaró como BIENES DE INTERÉS HISTÓRICO a las ESTACIONES FERROVIARIAS DEL RAMAL 25 Ferrocarril Gral. Belgrano, en la Provincia de Formosa.

Mirador de la Costa:

Ubicado sobre el sector sur de la costa formoseña, en estrecha relación con el área de la Costanera Vuelta Formosa y con el equipamiento ferroviario reciclado, este equipamiento cumple la función de proporcionar una vista de gran calidad hacia la ciudad, el río y su costanera e incluso la vecina costa paraguaya.



El proyecto se basó en la idea de refuncionalizar los silos del Puerto Nuevo, destinándolos a un uso de mirador de gran altura y superficie en el plano superior, mientras que a nivel del suelo define un lugar de estar semicubierto (tipo plaza seca) al que convergen los senderos peatonales que forman parte del paseo de la costanera.



El acceso desde el suelo al mirador se efectiviza mediante una escalera de tramos rectos, completamente metálica.

En el trayecto principal se ubican dos plataformas que cumplen la doble función de descanso y mirador.

Esta obra también incluye un sistema de iluminación externa que demarca y realza el conjunto mediante artefactos colocados en la base hacia el coronamiento. En el plano superior del mirador, la iluminación es distribuida mediante farolas de dispersión indirecta.

Otros detalles sumamente atractivos están a nivel del terreno natural, que comprende parqueización, plaza cubierta y senderos, donde las farolas de iluminación siguen la línea adoptada en el proyecto general del Paseo Costanero.

Casa de las Artesanías

Antiguo casona neo-colonial donde se exponen artesanías de las tres étnicas principales que habitan el territorio provincial, Wichís, Tobas y Pilagás.

En el lugar, destacado por la producción de artesanías de excelente calidad y ajenas a la producción en serie, pueden adquirirse tapices, tallas de madera, cerámicas indígenas, yicas (bolsa tejida que usan las mujeres de los pueblos originarios formoseños), y tejidos en fibra como el chañar y la totora.





Dispone además de un Salón de Eventos, dotado de un proscenio de aproximadamente 15 metros cuadrados, elevado a unos 70 cm. del piso, vestuarios y servicios, con un espacio destinado al público con capacidad para 80 personas. Está totalmente climatizado, y cuenta con una iluminación acorde al estilo de la construcción.

Plaza San Martín

Es el más importante espacio verde del casco céntrico, con glorietas, lagos y paseos arbolados.

Denominada inicialmente 8 de Abril, la Plaza San Martín ocupa actualmente cuatro manzanas. Esta emplazada el monumento principal en honor al Gral. Don José de San Martín, inaugurado el 4 de Octubre de 1913.



La Plaza, que data de los inicios de la Villa Formosa fue remodelada parcialmente en 1995 y constituye hoy un lugar principal de encuentro y de esparcimiento para los habitantes y turistas.

Circuito Peatonal Centro

Precisamente entre el la Plaza San Martín y los atractivos mencionados anteriormente (Estación del Ferrocarril, Paseo Costanero Vuelta Fermoza, Casa de las Artesanías, etc.), el eje urbano articulador está dado por el tramo este de la Avenida 25 de Mayo, con ocho cuadras de boulevard de muy buena calidad constructiva, parquización y forestación, y que remata en una espléndida vista al Río Paraguay, en la zona del Puerto.



En este tramo de esta Avenida, se encuentra la Catedral, los bancos, los mejores locales comerciales y una interesante oferta de gastronomía.

En el aspecto cultural, se destaca la presencia del Museo Histórico de la Provincia, el Cine Teatro Italia y la librería temática Gualamba (ubicada sobre calle Belgrano, a media cuadra de este eje). También existen locales que comercian artesanías locales.

Plaza Temática

La Plaza Temática es un moderno parque con motivos temáticos que enseñan y representan a cada Departamento de la provincia, mostrando sus riquezas y atractivos.



Está ubicada en la Avda. Juan D. Perón, entre calles Coronel Bogado y Obispo Scozzina, en un área directamente vinculada al acceso norte de la ciudad.



Paraíso de los Niños

Está ubicado sobre Avda. Kirchner, dentro de un polígono de 100 Ha. delimitado también por las Avdas. Gutnisky, Antártida Argentina y Juan de Pueyrredón, que agrupa un vasto equipamiento deportivo y recreativo que incluye el Estadio Polideportivo

Cincuentenario, el Aguará Rugby Club, el Estadio de la Liga Formoseña de Fútbol, y otros.

El parque en si mismo, ocupa un espacio de aproximadamente 5,5 Ha. destinado al esparcimiento en contacto con la naturaleza. Alberga varias especies arbóreas autóctonas y exóticas y es lugar de reunión familiar.



Dispone de un extenso lago y un anfiteatro para espectáculos y actividades culturales al aire libre.



Museo Histórico de la Provincia - Pablo Duffard

Atesora reliquias del pasado de la provincia. Puede ser visitado por el público de lunes a viernes de 9 a 12 y de 16.30 a 19.





El edificio está ubicado en Av. 25 de Mayo y Belgrano. Fue declarado Monumento Histórico Nacional el 17 de Junio de 1953, por el Decreto N° 10.852.

Antiguamente funcionaba la Casa de Gobierno de la provincia. Fue construida por el entonces gobernador, Gral. Ignacio H. Fotheringham.

El edificio es Monumento Histórico Nacional desde el año 1.953 (Decreto 10.852).



El museo fue inaugurado el 23 de Julio de 1963, siendo su organizador y primer Director, Don José Guastella.

Tuvo su origen en la vocación de Pablo Duffard, uno de los primeros habitantes de Formosa en tiempos de su fundación, quien se ocupó de coleccionar objetos y recuerdos relacionados con la ciudad y el territorio, a fin de dotar a Formosa de un Museo Histórico.

Reúne fotografías, oleos, cuadros, uniformes militares y armas, todos vinculados con las campañas de la época.



Centro Cultural - Ex Mercado Central

Se trata del primer bien adquirido por la Municipalidad de Formosa, en 1898, y pagado íntegramente con dinero de la comunidad. Aparece como el primer rubro de la Contabilidad Patrimonial Municipal.



Hoy se ha convertido en Salones Comunitarios de usos múltiples, constituyendo un espacio urbano recuperado para la comunidad. Es destinado a usos tales como:

- Salón para expresiones artísticas, culturales y educativas.
- Dictado de cursos de educación y seguridad vial, cuidado del medio ambiente.
- Salón para reuniones y conferencias de interés comunitario.

Circuito Sur

1.3.2.2. Herradura (Depto. San Francisco de Laishí)

Herradura es una localidad del Departamento Laishí, en el sureste de la provincia. Se halla en la margen derecha del río Paraguay.



Se encuentra a unos 40 km de la capital provincial, recorriendo 30 km hacia el Sur por la Ruta Nacional 11 para tomar luego el desvío hacia el este (hacia el río Paraguay) por 10 km más. Al llegar al puente sobre el Riacho Salado se arriba a la localidad de Herradura, la primera en fundarse en la provincia, cuando aún era territorio del Gran Chaco. Después de continuar 4 Km. más por una calle pavimentada se accede al Camping Municipal donde se encuentra la bajada de lanchas y el centro de servicios. El Riacho cruzado con anterioridad es el que alimenta a la laguna (o meandro) con las aguas de lluvia recogidas por éste desde los campos de la zona central de la provincia.



Tiene todas las características y actividades propias de una villa veraniega, tales como Sol y Playa, Turismo Deportivo, Turismo de Aventura, etc., aspectos que se analizan con mayor detalle en los respectivos apartados de este informe.

Fiesta de la Corvina

La Fiesta de la Corvina es un evento que se realiza anualmente en Herradura en el mes de enero, desde el año 2001.



Cuenta con el apoyo del gobierno provincial a través del Ministerio de Turismo de la provincia.

La actividad principal del evento es el concurso de pesca de la corvina de río contando con tres diferentes categorías.

Además del concurso, se desarrolla una variada oferta recreativa, cultural y artística que cuenta con la participación habitual de artistas consagrados.

El evento se nutre de la concurrencia de turistas no solo del ámbito local y nacional sino también de diferentes países vecinos tales como Paraguay, Brasil, Uruguay y Chile.



Desde hace unos años, la Fiesta de la Corvina ha incluido, además de las actividades de Pesca y los espectáculos artísticos, una muestra ferial de tipo comercial, industrial, artesanal, gastronómica, de servicios turísticos y financieros, entre otros.



Dada la vinculación de la tradición y la identidad cultural formoseña con el "tereré" o mate frío, se monta el denominado sector Tereré donde se puede encontrar todo lo referente a esa bebida, es decir yerbas, bombillas, mates, yuyos y hierbas medicinales.

El Predio Municipal de la feria, dispone de una costa de río con playa y balneario de arena, a 3 km.

El lugar cuenta con elementos destinados a cubrir las necesidades del turista: trajes de baños, pareos, short de baños, anteojos de sol, bronceadores, cañas de pescar, binoculares, máquinas de fotos, bronceadores, elementos de camping, lanchas, motos de aguas, motores fuera de borda.

Para hospedaje, se dispone de tres campings y cabañas y alojamiento en casas de familia durante la fiesta.



Se programan paseos gratuitos en lancha, destinados a conocer los riachos, la laguna, observar el paisaje y la variada fauna, con recorridos cada 45 minutos. Se incluye también la observación de aves, acompañados por guías especializados de Aves Argentinas, cabalgatas y safari fotográfico, talleres de armado de carpas y ecoturismo, y de pesca.

Se ofrecen asimismo, múltiples actividades para los niños, tales como el torneo de armado de barriletes, canto con sistema karaoke, concursos de baile, toboganes en forma de castillos inflables, y juegos de mesa (ajedrez, damas y ludo).

También se incluyen competencias deportivas para niños y jóvenes en fútbol tenis, natación, piraguas, veleros y canoas, vóley playero, escalado de árboles, fútbol playero y caminatas. Se llevan a cabo talleres de pintura: manualidades, collage con la temática del medio ambiente, ecoturismo, talleres de música, canto, danza, escultura y lectura de cuentos.

1.3.2.3. Misión Laishí (Departamento Laishí)

Laishí se encuentra ubicada a 64 Km., al sur oeste de la capital de Formosa, sobre la Ruta Provincial Nº 1 (asfaltada) y a orillas del Río Salado. Fue fundada por el Sacerdote Franciscano Fray Pedro Iturralde, el 25 de marzo de 1901.

Esta misión lleva el nombre del Santo Patrono de la Orden y del Cacique Toba llamado Laishí, quien dominaba a toda esta región antes de la conquista del Chaco.



Ex Misión San Francisco de Asís

El Presidente de la República Argentina Julio Argentino Roca, autorizó a los Misioneros Franciscanos del Colegio "San Carlos", a fundar una Misión de indios en Formosa, el 10 de abril de 1900, en un Terreno de 74.000 has., con la finalidad de “civilizar” a los

nativos, enseñarles a trabajar y facilitar a las industrias que necesitaban para su desarrollo.

Esta campaña se realizó en conjunto con la estrategia de ocupación territorial emprendida desde San Lorenzo, en el norte santafesino, desde Salta, a través del Impenetrable, y desde Corrientes. El asentamiento se pobló inicialmente con veintiséis familias de aborígenes tobas.

Gran parte del crecimiento experimentado durante los diez primeros años, al cabo de los cuales la misión llegó a tener ciento cincuenta y seis familias, fue fruto de la organización industrial establecida a partir de talleres de carpintería y aserraderos, en los que se capacitaba la mano de obra aborígen. Las viviendas de los aborígenes se edificaron en torno al núcleo conformado por la iglesia, el colegio y la residencia de los religiosos.

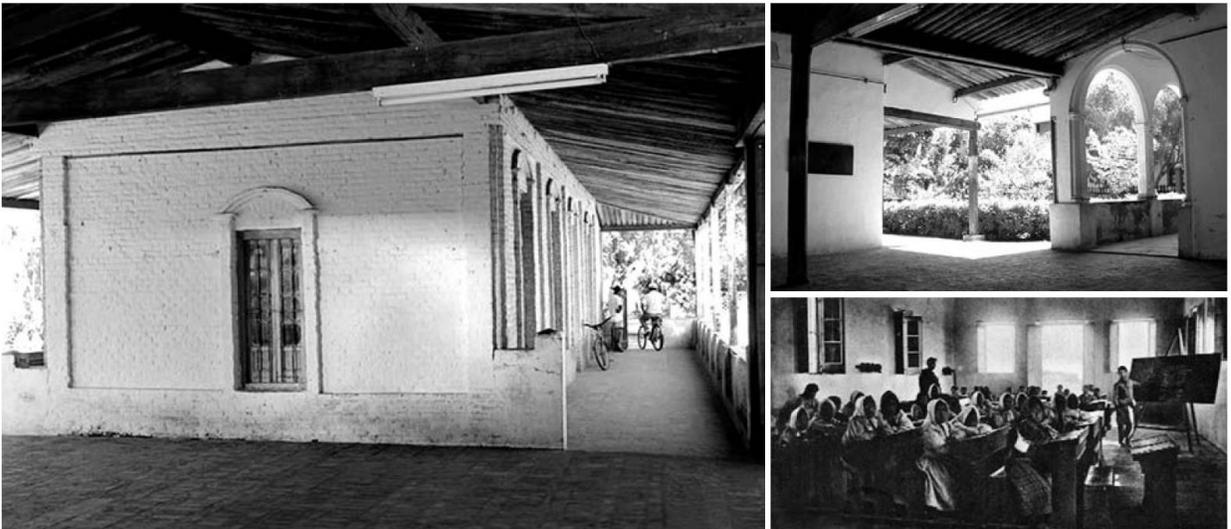
Este conjunto se intercomunicaba mediante galerías, en cuyas intersecciones había miradores. La construcción original poseía estructuras de madera dura, paredes de ladrillo, cubierta de palma caranday, pisos de mosaico calcáreo, y cielorrasos y carpinterías de madera. Se conservan las habitaciones, el antiguo sótano y la terraza, provista de bateas para recolectar el agua de lluvia.

(Fuente: Comisión Nacional de Sitios y Monumentos Históricos.)

Después de haber logrado el objetivo propuesto en el año 1950, la Comisaría General de los Misioneros Franciscanos de la Argentina solicitó al Presidente de la Nación, Juan Domingo Perón, se dé por terminado el compromiso por los Padres Franciscanos en las Misiones de Laishí y Tacaaglé, es decir, que ambos establecimientos dejen de ser misiones indígenas. Y se comprometían a seguir prestando sus servicios espirituales a los demás habitantes de la zona, pedido avalado por el Obispo de Resistencia Nicolás De Carlo.



Las construcciones de la antigua misión franciscana fueron declaradas Monumento Histórico Nacional por Decreto 325 de 1989.



El edificio de la Capilla y el resto de los componentes del conjunto, de acuerdo a lo evaluado en la visita de este equipo consultor, se encuentran con importantes carencias edilicias, requieren de una importante inversión para su puesta en valor, y carecen de un aprovechamiento turístico sistemático.

1.3.2.4. El Colorado

Fundada en la segunda década del siglo XX, a orillas del Río Bermejo. Su nombre se debe a la coloración rojiza de las aguas del citado río. Dista de Formosa a 195 km. Y de la ciudad de Resistencia (Chaco) 115 km.



Comúnmente llamada LA PERLA DEL SUR, el Colorado tiene un rico historial de familias de inmigrantes quienes la habitaron y promovieron su desarrollo.

Desde hace tiempo funciona en el lugar una estación experimental del I.N.T.A. que ofrece una notable tarea en relación a los productores de la zona.

Esta acción del I.N.T.A. se ha hecho extensiva al Turismo Rural, a través del desarrollo del proyecto "Comarca Bermejo", en articulación con productores y actores sociales locales, aspecto que se desarrolla en extenso en el capítulo correspondiente a Turismo Étnico / Vivencial / Rural.

La localidad de El Colorado posee hoteles, hospedajes y residenciales.

Eco Museo El Colorado

Fundado a fines de 1999, el Eco Museo tiene su sede en la Biblioteca Pública "Pablo Castagne" ubicado en la calle 25 de Mayo S/N, de la ciudad de El Colorado.

Funciona en una única sala, reuniendo en la misma, elementos históricos, culturales y ecológicos.

Entre los elementos más significativos del museo se cuentan herramientas de labranza de la década del '30 donadas por los inmigrantes, pasaportes, boletos de barco y cartas; y especies de la flora y la fauna regional clasificadas.

Circuito Norte

1.3.2.5. Misión Tacaaglé (Depto. Pilagás)

Se trata de una pequeña localidad de 2.000 habitantes, situada en el noreste de la Provincia, dentro del Departamento Pilagás, y cuyo principal atractivo lo constituyen las edificaciones históricas de la antigua misión franciscana.

Construcciones de la Ex Misión San Francisco Solano

Fundada por el padre franciscano Marcucci el 21 de marzo de 1901, con 135 aborígenes tobas del cacique Docoidí, perteneció al Colegio de Propaganda Fide de Corrientes.

Por estar situada en lugar bajo e inundable, en 1903 fue trasladada junto a la laguna de Tacaaglé.

Las persistentes sequías, las invasiones de langosta, la escasez de tierras aptas para el cultivo frente a la llegada de nuevas familias aborígenes, provocaron una tercera y última mudanza, que se inició el 20 de junio de 1916.

El sitio elegido, sobre la margen izquierda del riacho Porteño, a pocos kilómetros del asentamiento anterior, "era uno de los parajes mejor ubicados dentro de las concesión, con terrenos aptos para la agricultura y ganadería, aguadas permanentes y en el camino obligado desde Clorinda hacia el oeste del territorio". Funcionó una escuela para niños y aprendizaje de adultos en las chacras de instrucción.

El conjunto fue declarado Patrimonio Histórico Nacional por Decreto 325 de 1989.



El conjunto sigue el tipo de arquitectura rural de la región, con abundante uso de elementos constructivos de madera. El cuerpo principal del edificio que se conserva, de gran homogeneidad pese a haber sido construido en diferentes etapas, tiene forma de cruz; en la intersección de los dos brazos se ubica el campanario, totalmente hecho en madera dura de la zona; en el extremo norte, la capilla, con su espadaña y galerías laterales a ambos lados.

(Fuente y Fotografías: Comisión Nacional de Sitios y Monumentos Históricos.)

1.3.2.6. Ciudad de Clorinda (Depto. Pilcomayo)

Distante a 118 km de la Capital sobre la Ruta Nacional 11. Es la segunda ciudad en importancia de la Provincia de Formosa. A 13 km se encuentra un estrecho puente peatonal, cruza el Río Pilcomayo y comunica a Clorinda con la vecina localidad paraguaya del Puerto Elsa, donde constantemente se trasladan mercaderías en ambos sentidos.

Si bien no se trata de una localidad turística, cuenta con algunos atractivos urbanos de interés, en particular espacios públicos y áreas recreativas frente al Río Pilcomayo.





El principal interés turístico radica, sin embargo, en su carácter de puerta de entrada a territorio formoseño desde el Paraguay, dada su ubicación muy cercana a su capital, Asunción.

El vínculo físico y comercial con el vecino país se da a través del puente internacional que cruza el Río Pilcomayo y lleva al pueblo paraguayo de José Falcón, próximo a Asunción, situada en la margen opuesta del Río Paraguay.



Esta vinculación hace que Clorinda cuente con una vigorosa actividad comercial, típica de las localidades de frontera, que se potencia en situaciones como las actuales en que el tipo de cambio favorece la afluencia de visitantes del vecino país.

Considerando el peso demográfico de la ciudad de Asunción, se trata de un aspecto a ser considerado de manera relevante en la planificación turística provincial.

Museo Artesanal Qomp Toba

Este museo de temática aborígen, se encuentra ubicado en España y Ruta Nacional N° 11 de la ciudad de Clorinda, y cuenta con una única sala que hace de este sitio un interesante atractivo en el que la cultura Toba o Qom se manifiesta plenamente en el entorno físico y en el contenido.

El museo funciona en un edificio que emula al de la Casa Histórica de Tucumán, y en su interior, los artesanos se mezclan entre sus piezas de artesanía convirtiéndose ellos mismos y su trabajo en una exposición cultural.

Los aborígenes Tobas en este lugar producen a la vista del público sus tradicionales artesanías, enseñando las técnicas ancestrales de elaboración y exhibiendo tanto sus herramientas como los productos finales de su trabajo. Instrumentos musicales, canastos, tallas en madera, tejidos, son algunas de las piezas que pueden contemplarse en esta sala de exposición aborígen.

Los productos fabricados por los artesanos pueden ser adquiridos por los visitantes en el mismo lugar.



Dentro del museo se exhibe, además, un retrato de Doña Clorinda Pietranera de Bossi, madrina del creador y esposa del primer concesionario de esta zona de Formosa que hoy lleva su nombre.

Está abierto al público de lunes a viernes de 6:30 a 12:30 y de 14:30 a 18:30

1.3.2.7. Ciudad de Laguna Blanca

Laguna Blanca está ubicada en el departamento Pilcomayo.

Esta localidad de principios de siglo XX, está a 180 km de la capital provincial, y toma el nombre de la cercana laguna de aguas claras. Es una ciudad de casas bajas y de un verde intenso, ideal para realizar caminatas, con una agradable y moderna plaza central y calles arboladas.

Además de sus atractivos culturales, desde Laguna Blanca se accede por un camino vecinal de 5 km hasta la entrada del Parque Nacional Río Pilcomayo, y 3 km más adelante la Seccional de Guardaparques "Estero Poí". Continuando por el mismo camino y 15 km más adelante se encuentra la Seccional "Guardaparque Ricardo Fonzo".

Laguna Blanca, por su estratégica ubicación, se constituye en eje de la región y centro articulador de las actividades económicas, productivas y de servicios de la zona.

Museo Regional del Nordeste Formoseño

El edificio se encuentra sobre la Ruta Nacional N° 86, a 180 km de Formosa capital, en el camino de acceso a Laguna Blanca. Durante los años 2006-07 fue remodelado por el Gobierno de la Provincia para constituirse hoy en el Museo Regional del Nordeste.

Cubre una superficie de 3.900 m² y en sus instalaciones ofrece además de las salas de exposición, sala de conferencias, sanitarios, office administrativo, depósito, bar, estacionamiento, cisternas, parquización y un lago artificial.



El acervo del museo comprende documentos, correspondencia epistolar, uniformes y vestimentas, monedas y billetes, enseres domésticos, carruajes, artesanías, cuadros, instrumentos de labranza, muebles, aparatos de distinta épocas y reproducciones.

El abordaje temático se desarrolla en el sentido de reconstrucción colectiva de la memoria. Comprende los siguientes aspectos:

- Creencias de la región representadas por personajes de la mitología popular.

- La localización geográfica y paisajística, diseñada en una gigantografía que muestra la ubicación del museo y la zona de influencia con sus respectivas colonias y cómo arribar al mismo.
- La vida de los pueblos originarios de la región resguardados en vitrinas en las que se exhiben objetos diversos relacionados con las tres etnias aborígenes de la zona (wichis, pilagás y tobas): máscaras, vinchas, vestimentas, vasijas, arcos y flechas, entre otros.



Foto: lamañanaonline.com.ar

- La ocupación y la fundación de Laguna Blanca.
- El rincón rural en el que se encuentran elementos propios de las actividades agrícolas-ganaderas: documentos, recibos, gigantografía de la desmotadora, instrumentos de labranza (azada, pala, tridente, un pequeño molino para granos, moledoras de carne, lanzallamas para langostas, heladera para vacuna de ganado, bolsa con algodón).
- El rincón de los oficios y el comercio.
- Rincón de la vida social en el que se recrean todos los acontecimientos sociales y familiares de la región.

- Rincón de las instituciones, militares, civiles, religiosas y educativas: en el que se exhibe una vitrina con objetos varios.
- En cuanto a la iglesia y su rol en el pueblo se resguardan libros de misa y de comunión, rosarios, bautismos, casamientos y una gigantografía mostrando estos acontecimientos en el pueblo.

Fiesta Nacional del Pomelo

Laguna Blanca, es además sede de la Fiesta Nacional del Pomelo, cítrico característico de la producción regional, una tradicional festividad que se desarrolla en el mes de julio.



Durante el evento, se realiza una exposición de índole frutihortícola, comercial, industrial, ganadera, de granja, de servicios y gastronomía que permite degustar platos regionales; la exposición de artesanías étnicas de las comunidades aborígenes de la zona, con obras en madera, chaguar, tejidos, etc.; un desfile de carrozas artísticas con la presentación y posterior elección de la Reina de la fiesta, y la presentación en recitales de artistas locales, nacionales y de países vecinos como el Paraguay.



En los últimos años y producto de los sucesivos éxitos, se han incorporado obras y servicios en la región, que han acompañado el proceso de desarrollo turístico. Esto incluye mejoras en las vías de comunicación, oferta gastronómica, actividades culturales y de recreación, accesibilidad a los Parques Naturales, y el mismo Museo Regional del Nordeste.

Dada la estrecha relación de la fiesta con todo el espectro productivo, se dispone de exhibición de avances en infraestructura y nuevas tecnologías.

Se muestran en estas instancias acciones del IPAF-NEA del INTA en Laguna Naineck, el CEDEVA de Misión Tacaaglé y las obras de manejo de recursos hídricos de los riachos y lagunas de la zona, explotaciones de búfalos, y otras vinculadas a producciones de frutas exóticas de exportación.

El evento genera una afluencia de público multitudinaria, tanto desde la capital como del interior provincial y de provincias vecinas, generando un impacto económico más que apreciable para la zona, que se ve beneficiada por la demanda de alojamiento, gastronomía y demás servicios relacionados.

1.3.2.8. Riacho Hé – Hé

La localidad de Riacho He-He se encuentra en el norte de la Provincia, en el Departamento Pilcomayo, a 110 kilómetros de la ciudad de Formosa. Se llega por la ruta nacional N° 11 y luego por la provincial N° 2, esta última no pavimentada.



Posee 11.500 habitantes aproximadamente entre el área rural y urbana. La zona rural la integran diferentes colonias aledañas como ser: La Frontera, El Recodo, Loma Hermosa, Martín Fierro, B° La Esperanza, B° Obrero, B° 20 de Junio, B° San Isidro, B° San Juan, B° La Paz; todas estas pertenecientes a la jurisdicción de Riacho.

Dista de Laguna Blanca unos 26 Km. aproximadamente, Laguna Nainneck a unos 35 Km., y Clorinda a unos 80 Km.

Museo Histórico Municipal

Se reunieron en este museo, ubicado en Av. San Martín s/n, diversos objetos que fueron utilizados por antiguos habitantes del pueblo y donados por habitantes de la localidad. En vitrinas especialmente diseñadas se exponen fotografías, documentos y pequeñas piezas que tienen que ver con la historia de Riacho He-He.

Circuito Eje del Capricornio

1.3.2.9. Ciudad de Pirané (Depto. Pirané)

Pirané está ubicada al sudeste de la provincia de Formosa, en el departamento homónimo, a 110 km de la capital provincial. Tiene como fecha de fundación el 21 de noviembre de 1912.

Es la tercera ciudad en población de la provincia, y actualmente se encuentran en plena ejecución obras de embellecimiento urbano, tendientes a dotar a la ciudad de espacio público de calidad.

En particular, se destacan las obras que se realizan en el Boulevard principal de la ciudad.



Este paseo está siendo provisto, a lo largo de una cantidad significativa de cuadras, de equipamiento urbano (pérgolas, bancos, canteros, etc.), una vía peatonal en el eje de la platabanda, y amplios espacios verdes parquizados en sus laterales.

Museo del Pueblo

Contenido por el Centro Municipal de Cultura y Deporte de Pirané, el Museo del Pueblo resguarda un patrimonio compuesto de objetos, muebles, elementos de trabajo, fotografías y vestuarios pertenecientes a las familias pioneras de la zona.

Atiende al público de lunes a viernes de 8:00 a 12:00 y de 14:00 a 18:00

Festival Mayor del Folklore

Este tradicional festival, que se realiza desde hace cerca de 50 años, constituye el Pre Cosquín, Subsede Pirané, desde 1979, y es el evento de donde surgen los representantes de esta subsede para el mayor festival folklórico argentino que se realiza anualmente en esa localidad del Valle de Punilla.



Este festival fue declarado de interés provincial permanente por la Legislatura Provincial y cumple la función de convocar a delegaciones oficiales de municipios y comisiones de fomento, y nuevos valores de Formosa.



La mayoría de las localidades de Formosa, están representadas en el Pre Cosquín, con el criterio de posibilitar que las expresiones jerarquizadas del nivel artístico provincial y regional, tengan la posibilidad de proyectarse a otros ámbitos y escenarios calificados.

También merecen destacarse otras actividades simultáneas a este evento artístico y cultural, tales como la Expo Pirané, la doma y jineteada, y la realización de eventos deportivos.

1.3.2.10. Estanislao del Campo

Estanislao del Campo es una localidad del Departamento Patiño, al sudeste de la provincia, a 235 km de su capital, a la que está unida por la ruta nacional N° 81.

Cuenta con algo más de 4.000 habitantes, a lo que debe sumarse unos 6.000 habitantes en la zona rural.



Es una población forestal y productiva en el rubro carpinterías y fabricación de muebles de algarrobo, asentada en adyacencias del Ferrocarril General Belgrano, factor que le dio vida y prosperidad en sus orígenes.

Casa del Dr. Esteban L. Maradona - Estanislao del Campo

La Casa se halla en calle San Martín, en la ciudad de Estanislao del Campo.

Esta humilde edificación, es conservada y exhibida en homenaje al Doctor Esteban Laureano Maradona, quien nació en Santa Fe, se doctoró en Medicina en Buenos Aires, se radicó en Resistencia, participó en la guerra del Chaco, y recaló accidentalmente en la ciudad de Estanislao del Campo, donde residiría por gran parte de su vida realizando trabajos como médico rural, naturalista, escritor y filántropo.



Maradona adquirió reconocimiento popular cuando renunció a todo tipo de honorarios para colaborar con los más necesitados, repartiendo su riqueza y sus conocimientos, principalmente entre las comunidades de los pueblos originarios.

Escribió libros científicos de antropología, flora y fauna. Pero su logro principal fue la fundación de una colonia donde enseñó trabajos agrícolas, fabricación de ladrillos y construcción de casas. Realizó también una valiente denuncia de las condiciones de vida de los indígenas y de su explotación en los ingenios azucareros.

Dejó testimonio de todos sus esfuerzos y luchas en su libro "A través de la selva". Falleció en el año 1994, poco después de haber cumplido 100 años.

1.3.3. Turismo de Negocios y Congresos

Circuito Ciudad de Formosa

1.3.3.1. Ciudad de Formosa

También en este caso, la ciudad capital de Formosa constituye el principal y prácticamente excluyente centro de actividades para el Turismo de Negocios y Congresos.

Se detallan a continuación los principales componentes de infraestructura y equipamientos con que cuenta la ciudad para estas modalidades de Turismo, que se encuentran ubicados según el gráfico siguiente:



Centro Cultural Galpón C (Paseo Costanero Vuelta Fermoza)

Sede de exposiciones y otros eventos culturales, ubicado sobre la Costanera Vuelta Fermoza y con una amplia terraza al aire libre frente al río en su lado Este.

Es parte de las obras de reciclaje realizada sobre antiguos componentes del equipamiento ferroviario formoseño.







Predio Ferial Vuelta Fermoza - Galpón G (Paseo Costanero Vuelta Fermoza)

Sede de Ferias, actividades artísticas y culturales, antiguo edificio ferroviario también reciclado para estas actividades y dotado de un amplio espacio abierto, con excelente parquización y tratamiento paisajístico.







Hotel Internacional de Turismo

Este Hotel, uno de los más conocidos y tradicionales de la ciudad, dentro de los de más alta gama disponibles, cuenta con tres salones aptos para la realización de eventos como congresos y actividades relativas a negocios.



Cuenta con la ventaja comparativa de disponer en el mismo establecimiento de una amplia cantidad de habitaciones para los asistentes a los congresos, brindando así una oferta conjunta para tales eventos.

Como aspecto negativo, se ve relegado dentro de la oferta por el hecho de existir en la ciudad nuevo equipamiento, más moderno y con mayores comodidades, como los descritos en los apartados anteriores.



Hotel Howard Johnson

Este establecimiento, recientemente inaugurado, ha introducido una mejora sustancial y notoria en la oferta de equipamiento y facilidades para la realización de eventos de negocios y congresos, contando también en este caso con la ventaja de integrar una amplia y moderna oferta de alojamiento.



El hotel dispone de tres salones con diferentes capacidades y características:

- Salón Lapacho Blanco y Amarillo
Capacidad modalidad auditorio: 700 personas
Capacidad modalidad escuela: 400 personas
Capacidad modalidad banquete: 300 personas
- Salón Lapacho Negro
Capacidad modalidad auditorio: 50 personas
Capacidad modalidad escuela: 30 personas

Capacidad modalidad banquete: 15 personas

- Salón Lapacho Rosado

Capacidad modalidad auditorio: 70 personas

Capacidad modalidad escuela: 40 personas

Capacidad modalidad banquete: 30 personas

1.3.4. Turismo Deportivo

La provincia de Formosa cuenta con una fuerte política de desarrollo deportivo, coordinada desde la Subsecretaría de Turismo.

Esto se refleja en la infraestructura deportiva de que fue dotada la provincia en los últimos años, destacándose el Estadio Polideportivo, el Kartódromo y otros.

Permanentemente se promueve el desarrollo de deportes formativos a nivel de niños y jóvenes, con intensa actividad de Fútbol Infantil y Campeonatos regionales.

Circuito Ciudad de Formosa

1.3.4.1. Ciudad de Formosa

La ciudad de Formosa es, también en este caso, la que concentra el mayor peso específico en lo referente a Turismo Deportivo, especialmente en lo que se relaciona a actividades deportivas individuales o en equipo que se desarrollan en estadios.

La ciudad ha desarrollado, en los últimos años, equipamientos de muy buen nivel para este tipo de actividades.

En la actualidad, la faceta más destacada del deporte formoseño se relaciona al Basquetbol y al Voleibol, ya que cuenta con un club, La Unión, en la máxima categoría de ambos deportes, La Liga Nacional de Básquet y la Liga Nacional de Vóley. Ambas actividades generan un considerable flujo de visitantes de otros puntos del país (jugadores, auxiliares, dirigentes, periodistas, etc.), al tiempo que producen una amplia visibilización de la provincia y la ciudad a nivel nacional.

En cuanto al Fútbol, hay tres equipos formoseños en el Argentino B: Sportivo Patria, Sol de América y San Martín. Este hecho genera también un importante flujo de visitantes dado el carácter regional y nacional del certamen.

También es de importancia el Campeonato de Karting regional, que cada 15 días genera actividad en el Kartódromo de la ciudad.

Turismo Deportivo en Ciudad de Formosa



También es de importancia el Campeonato de Karting regional, que cada 15 días genera actividad en el Kartódromo de la ciudad.

Estadio Polideportivo Cincuentenario

Este estadio, ubicado en la intersección de las Avenidas Kirchner y Antártida Argentina, ocupando un predio de 6 Ha. constituye uno de los equipamientos urbanos más significativos de la ciudad, tanto por su capacidad y presencia física como por la calidad de su diseño.



Construido en el año 2007 para el Torneo Preolímpico de Voleibol, tiene una capacidad para 6.000 espectadores sentados, si se suman tribunas removibles a la altura del campo de juego. La capacidad básica es de 4500 personas, con 3.434 localidades en la platea alta.

Tiene una superficie cubierta de 12.000 m² en total, dispone de cancha auxiliar y un área de estacionamientos de 2,84 Ha.

Fue Subsede del torneo de las Américas de Básquetbol y sede del Súper 8. También de la Liga nacional de vóley femenino. El estadio tiene una alta ocupación casi todos los fines de semana durante los meses en que se realizan estos torneos (setiembre-mayo).



Entre sus aspectos más destacables, merece mencionarse el excelente tratamiento paisajístico de su entorno y áreas de acceso, además de sus muy buenas condiciones de accesibilidad desde cualquier punto de la ciudad. Suma un total de 2,5 Ha. parquizadas.



Resto de la Provincia

Pesca Deportiva

Los ambientes fundamentales para la pesca deportiva en Formosa están dados por los ríos principales que la bordean, el Paraguay, el Pilcomayo, y el Bermejo. Los ríos mencionados convierten a este territorio en un atractivo magnético para delegaciones de pescadores aficionados que llegan a sus costas en busca de especies de valor deportivo, tales como surubíes, manguruyúes, corvinas, dorados, pacúes y otros.

Dentro de una lista de puntos de gran valor para la pesca deportiva, pueden citarse las pesqueras de Boca Pilagá, Balneario Viejo, La Emilia, Colonia Dalmacia, Puerto Pilcomayo, Colonia Aquino, Laguna Herradura, Banco Payaguá, Arroyo Ramírez, Boca del Bermejo y Villa Escolar. En estos lugares existe la posibilidad de realizar pescas desde las orillas. Pero debe destacarse que a medida que se alcanzan zonas muy anchas y con islas, se generaliza el uso de embarcaciones con motor portátil.

Cada pescador puede extraer un máximo de diez piezas diarias, aunque esto puede variar según la especie y la temporada. Se requiere además una licencia deportiva que es otorgada por la Dirección de Fauna de la Provincia.

A lo largo del año, y en cada uno de los puntos indicados, la afluencia de pescadores provenientes de todo el país y aún de países vecinos de Sudamérica, es visible en las costas de Formosa.



El recorrido de los mapas actualizados y el estudio de las guías locales que se entregan generalmente con las licencias de pesca, ponen al tanto al turista o a la deportista que acude por primera vez a esa zona acerca de la variedad y cantidad de especies, de tamaño siempre superior a lo previsto.

La gran diferencia entre la pesca en los dos ambientes o cuencas de esta provincia, es decir, la de los ríos Pilcomayo y Bermejo, y la del Paraguay, está fundamentalmente en el color de las aguas, las cuales determinan los equipos a utilizar y las especies que se podrán cobrar.

En Laguna Yema, se practica pesca deportiva de dorados, pacúes, sábalos y tarariras.

Probablemente el mayor y más emblemático evento de Pesca Deportiva en la Provincia, se produce en la localidad de Herradura, durante la Fiesta Nacional de la Corvina.



1.3.5. Ecoturismo

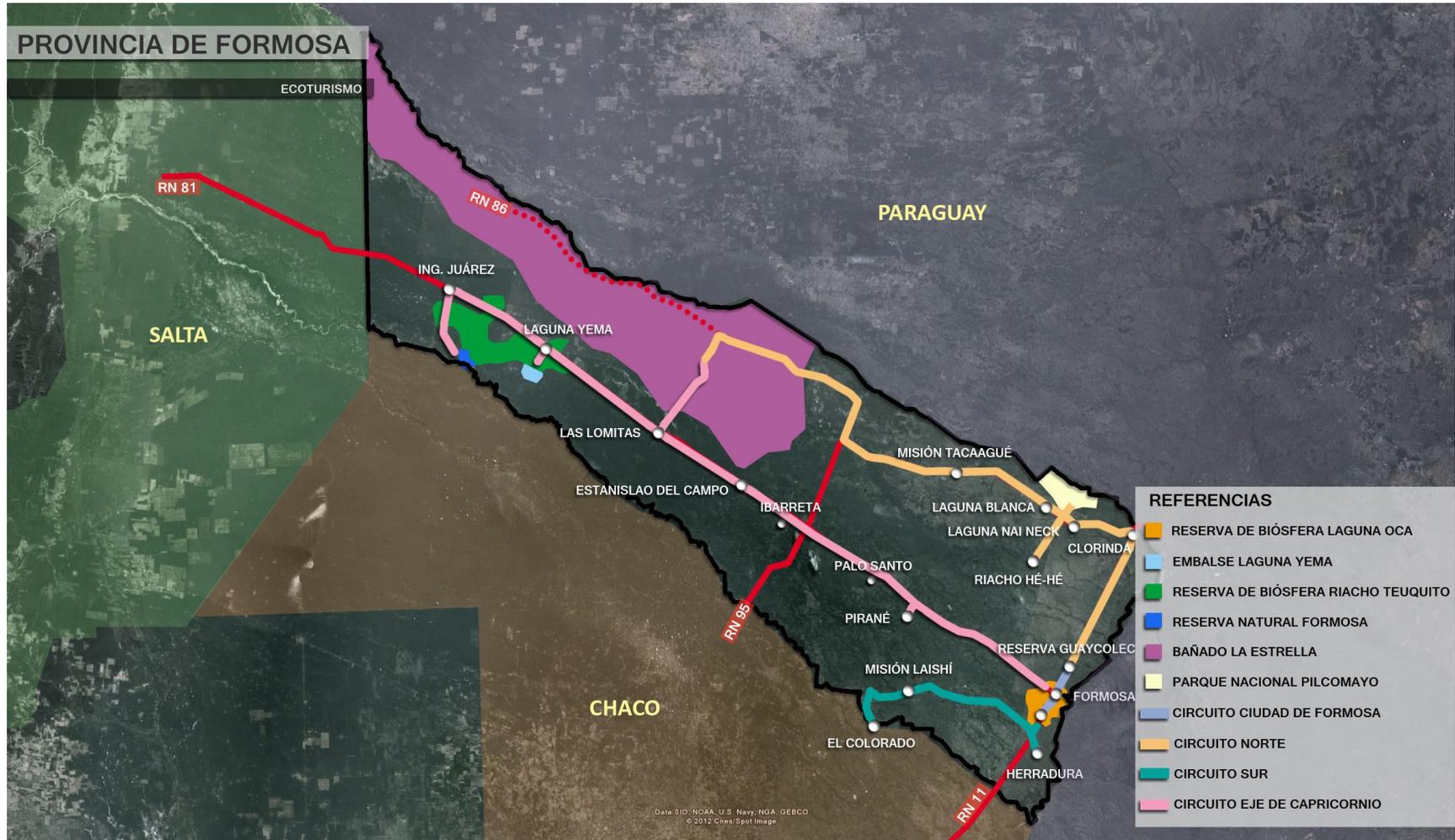
La oferta de Ecoturismo de la Provincia de Formosa se encuentra íntimamente ligada a su amplia disponibilidad de recursos y atractivos naturales, cuyas características se analizan en profundidad en el apartado 1.4. de este informe.

Estos atractivos se encuentran distribuidos en distintas áreas y departamentos de la provincia, generando diversas variantes de circuitos y recorridos turísticos.

Es de destacar, sin embargo, que son notoriamente superiores las condiciones de accesibilidad cuanto más hacia el este se encuentran dichos atractivos, debido no solo a su proximidad con la ciudad capital, principal vía de entrada de los flujos turísticos, sino también a la mayor densidad y calidad de la red vial.

Se detallan a continuación, los principales sitios turísticos que son objetos de actividades de ecoturismo, clasificados por circuito.

Ecoturismo



Circuito Ciudad de Formosa

1.3.5.1. Reserva de Biosfera Laguna Oca

Se trata probablemente del recurso natural y sitio para actividades de ecoturismo de mejor accesibilidad, dada su situación geográfica próxima a la ciudad de Formosa (de hecho, está considerada como un caso único de "Reserva de Biosfera Urbana").



Las posibilidades turísticas dentro del espacio que ocupa la Reserva de la Biosfera Laguna Oca del Río Paraguay están vinculadas con el aprovechamiento de los recursos flora y fauna nativas y sus ambientes, que se constituyen en uno de los de mayor potencial de la región.

Laguna Oca ofrece alternativas variadas entre las cuales destacan campamentismo, canotaje, travesías por agua, deportes, actividades culturales, turismo ecológico, avistaje de aves, y safaris fotográficos.

Se trata de un ambiente conformado por un conjunto de lagunas y riachos, y es un sitio propicio para el avistaje de aves (declarado por birdlife internacional como área importante para la conservación de aves, AICA).

Para esa actividad, en el camino de acceso a la Reserva desde el área urbana de Formosa capital, se han construido recientemente una serie de puestos de avistaje, diseñados por conocidos arquitectos latinoamericanos, cuyas formas aluden precisamente a nidos de distintas especies de aves, constituyéndose en si mismo en un atractivo turístico, además de su utilidad práctica para esta modalidad de ecoturismo.

Para las actividades turísticas en la Reserva de Laguna Oca, existen servicios disponibles a cargo de distintos operadores locales, que incluyen traslados en auto privado o combi, refrigerio, prismáticos, guía permanente. Adicionalmente, pueden realizarse recorridos de canotaje y paseos en bicicleta.



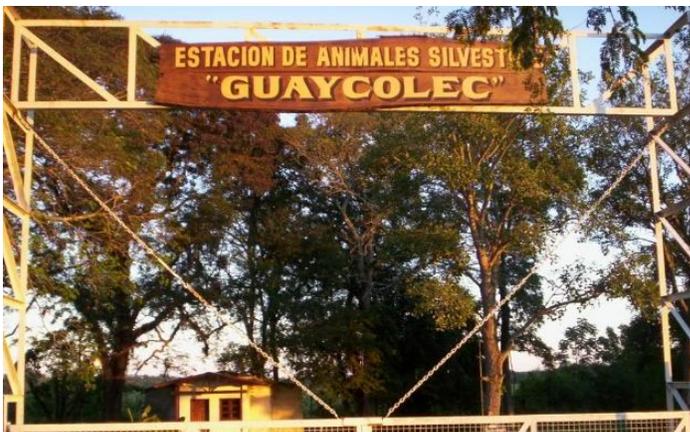
Estos paseos por la Reserva se programan con una duración de 2 horas.

La reserva cuenta con un Centro Logístico, que dispone de quinchos, muy buenos sanitarios, camping, y un destacamento policial.



1.3.5.2. Reserva Guaycolec

La Reserva Guaycolec se encuentra sobre la RN11, a 27 km. de la ciudad de Formosa, cerca del Parque Botánico Forestal, por lo cual cuenta con muy adecuadas condiciones de accesibilidad, lo que sumado a su atraktividad lo convierten en un componente primario de la oferta ecoturística, en esta caso de baja complejidad y con impronta orientada al ecoturismo familiar.



Es una reserva dedicada fundamentalmente a la fauna, pero también de flora autóctona del gobierno provincial. Ocupa 150 has. y fue concebida sobre la base del esquema de la cría de animales en semicautiverio.

Esta idea pudo concretarse gracias a la comunión de objetivos entre una empresa privada (Pilagá Sociedad Anónima Ganadera), que cedió el predio de 150 hectáreas con destino exclusivo a una reserva zoológica, y el gobierno de la provincia, que montó la infraestructura necesaria para alcanzar uno de sus principales propósitos: 'propender a la integral conservación y conocimiento de la fauna autóctona'.

Allí viven en un régimen de semi-libertad, ejemplares de la fauna autóctona y otros de diversos orígenes.

Se dispone de lugar para acampar, juegos infantiles y comodidades para los turistas.

Se realiza observación de animales en cautiverio en recuperación, algunos de ellos usados previamente como mascotas, pese a no ser animales domésticos. También hay animales sueltos en estado natural.

Se pueden realizar visitas diurnas de 10 a 17 hs en senderos limitados.



El clima es subtropical húmedo con veranos muy calurosos e inviernos templados con algunas heladas. Las lluvias se registran a lo largo de todo el año con un pico máximo en otoño alcanzando los 1.400 mm anuales

Se caracteriza por alojar una gran cantidad de ambientes y una gran calidad de diversidad Biológica.

La importancia de esta reserva radica en los siguientes aspectos:

- La ausencia en la región de un área protegida con estas características
- Su potencial educativo para la población.
- Su cercanía a la ciudad de Formosa capital de la Provincia y la ciudad de Asunción capital de la República del Paraguay.
- Su ubicación sobre una ruta Nacional N° 11 arteria fundamental del MERCOSUR, con intenso tráfico turístico.

La Reserva cuenta con un Guardaparque Nacional encargado de la reserva, un Médico Veterinario responsable de la sanidad, alimentación y manejo de las especies silvestres, un Ingeniero Zootecnista responsable de la sanidad, alimentación, manejo e investigación de las diferentes especies de serpientes con que cuenta el serpentario, estudiantes pasantes de la Universidad Nacional de Formosa (U.N.A.F) y personal de maestranza.

Entre las especies de flora existentes se hallan quebracho colorado, algarrobo, ibirapitá, tatané, espina corona, ombú, timbó, guayaibí, palma blanca, etc.

En el estrato medio se observan arbustos como cocú y ñangapirí. En el estrato inferior sabanas de espartillares y pajales. Esta sabana presenta un estrato herbáceo.

La fauna existente en la Reserva es muy variada. Es posible encontrar especies en hábitat Natural y otras en cautiverio.



Dentro de los anfibios existen algunas especies de anuros (ranas y sapos), y en el grupo de reptiles especies tales como: yacaré negro y overo, iguana overa, tortugas acuáticas y terrestres y gran variedad de lagartijas. También algunas serpientes como culebras verdes arborícolas, entre otras.





Algunos de los quelonios disponibles en la reserva son las tortugas terrestres (*Chelolonides chilensis*) y tortugas acuáticas (*Phrynops hilari*).

Algunas aves silvestres que habitan la reserva Guaycolec son los tucanes, búhos, mirasoles, jacanas, chuñas, maitú, entre otros.

La zona fue certificada en 2009 como zona AICAS (área de importancia internacional para la observación de aves).





El curso de agua más importante que pasa por la reserva es el riacho Pilagás albergando una gran cantidad de avifauna como garzas blancas, patillos, etc.

Los mamíferos que habitan en la reserva son: carpinchos, aguara guazú, pecaries, jabalíes, tapires, coatíes, osos meleros, nutrias, monos carayás y mirikinas etc.

Cerca de la Reserva Guaycolec está ubicado un Parque Botánico Forestal, en el que se puede apreciar la variada flora que crece junto al riacho Pilagá.



Circuito Eje del Capricornio

1.3.5.3. Bañado La Estrella (Departamento Patiño)

Esta zona, ubicada hacia el centro de la provincia de Formosa y con excelentes condiciones de accesibilidad por la reciente pavimentación de la Ruta Provincial 28 que la vincula a la localidad de Las Lomitas, es uno de los destinos más valiosos para las actividades de ecoturismo que pueden encontrarse en el norte del litoral argentino.

Se trata de una muy extensa área de bañados y esteros considerada entre las más importantes en el continente sudamericano, junto con el Pantanal Brasileño y los Esteros del Iberá en la provincia de Corrientes.

Las actividades más requeridas y objeto de comercialización por operadores turísticos receptivos, son los paseos para ornitólogos y los safaris fotográficos.

Son también habituales las caminatas, cabalgatas, excursiones de canotaje y travesías en piraguas, además de vuelos en avionetas.



Hay distintas vías de acceso al extenso bañado (las rutas alternativas a la mencionada son de accesibilidad más limitada), y cada una de ellas ofrece diferentes variantes en cuanto al avistaje de especies vegetales y animales.

Ingresando desde la localidad de La Soledad, el paisaje dominante es de palmeras y champales (conocidos como “fantasmas”).



Desde la RP 28, en cambio, predominan los árboles secos y desnudos.



Ocasionalmente pueden observarse yacarés o jabirúes.

1.3.5.4. Laguna Yema (Departamento Bermejo)

Este espejo de agua, de condiciones mas desfavorables en cuanto a su accesibilidad, debido a su considerable distancia a la ciudad capital y a la inexistencia de camino pavimentado en el tramo entre el centro urbano de Laguna Yema y el embalse, cuenta sin embargo con un incipiente desarrollo y aprovechamiento ecoturístico.

Las principales actividades que se realizan en el lugar se relacionan con la navegación en el embalse, la pesca, los safaris fotográficos, y el avistaje de avifauna. Es, además, destino habitual de excursiones de camping y caminatas.



1.3.5.5. Reserva Natural Formosa (Departamento Matacos)

Esta Reserva se encuentra en uno de los puntos más alejados de la geografía provincial, con condiciones de accesibilidad relativamente desfavorables, particularmente en el período estival, cuando la transitabilidad del extenso tramo vial (no pavimentado) desde la ciudad de Ingeniero Juárez hasta la entrada a la reserva se hace más dificultosa.



Esta situación, sin embargo, contribuye a su atractivo como destino de ecoturismo y turismo de aventura.

Los Guardaparques, dependientes de la APN, proporcionan a los visitantes recomendaciones sobre las recorridas habilitadas y sugeridas, según la época del año.

Durante el verano el calor es extremo y puede ser de difícil tolerancia para quienes no se encuentran habituados. Entre los principales atractivos, puede mencionarse la visualización de las orillas y barrancas rojizas del Bermejo y de sus aguas marrones.

En las lagunas existentes en la Reserva, pueden observarse aves acuáticas y un bello paisaje que contrasta, dado su verde intenso, con el entorno seco y de tonos ocres.



También en este caso, la reserva está clasificada como zona AICA, por su rica avifauna.

Circuito Norte

1.3.5.6. Parque Nacional Río Pilcomayo (Departamento Pilcomayo)

El acceso al Parque Nacional, de condiciones bastante favorables por distancia a la capital provincial y estado de rutas, supone dos variantes, viajando desde el sur.

La primera de ellas parte de Formosa Capital hasta Clorinda, y desde esta ciudad al PN. Se realiza a través de la RN11 hasta Clorinda y desde allí hacia el oeste por RN86,

casi coincidente con el límite sur del parque, a la altura de la localidad de Nainneck. Desde allí se recorren 4 km. por un camino vecinal y se arriba a la Seccional de Guardaparques Laguna Blanca.

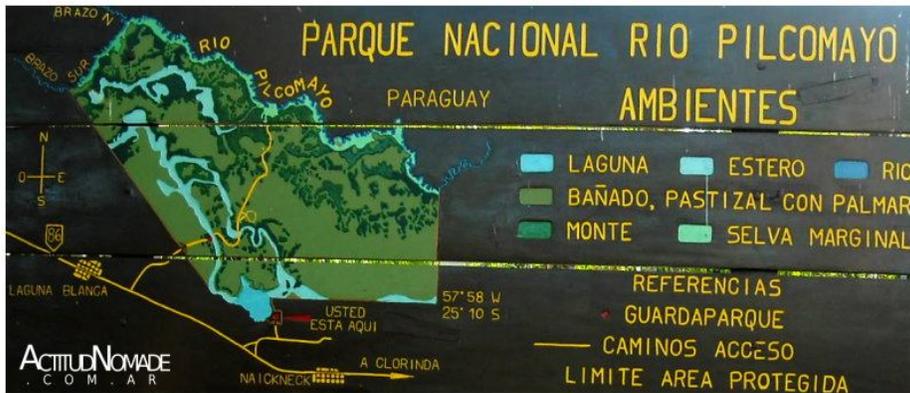
La segunda opción evita el paso por Clorinda, tomando desde Formosa la RP2, que conecta al Parque a la altura del ingreso a Estero Poí, que es uno de los dos destacamentos en que se divide el parque.

La Intendencia del Parque se ubica en la localidad de Laguna Blanca. En el área recreativa "Laguna Blanca" existe un campamento con mesadas, sanitarios y fogones. Desde aquí, parten dos senderos de interpretación, el Sendero a la Laguna Blanca, que finaliza en un importante mirador, al que se accede por pasarelas a través de un peguajozal, donde es posible observar carpinchos o yacarés entre achiras de flores amarillas y enredaderas, además de una interesante variedad de aves palustres.





En el cuerpo de agua se puede realizar navegación sin motor. El segundo sendero es el Sendero "Los tesoros ocultos de la Naturaleza", que recorre una porción de monte y un peguajozal.



El Destacamento Estero Poí esta menos preparado para las visitas que el área de Laguna Blanca pero cuenta con senderos para el avistaje de fauna. Consiste en un campamento agreste del cual parte un sendero de interpretación, el Sendero "Los secretos del Monte", que en sus 1.200 metros de recorrido da a conocer fundamentalmente, las diferentes especies vegetales que crecen en el Parque.

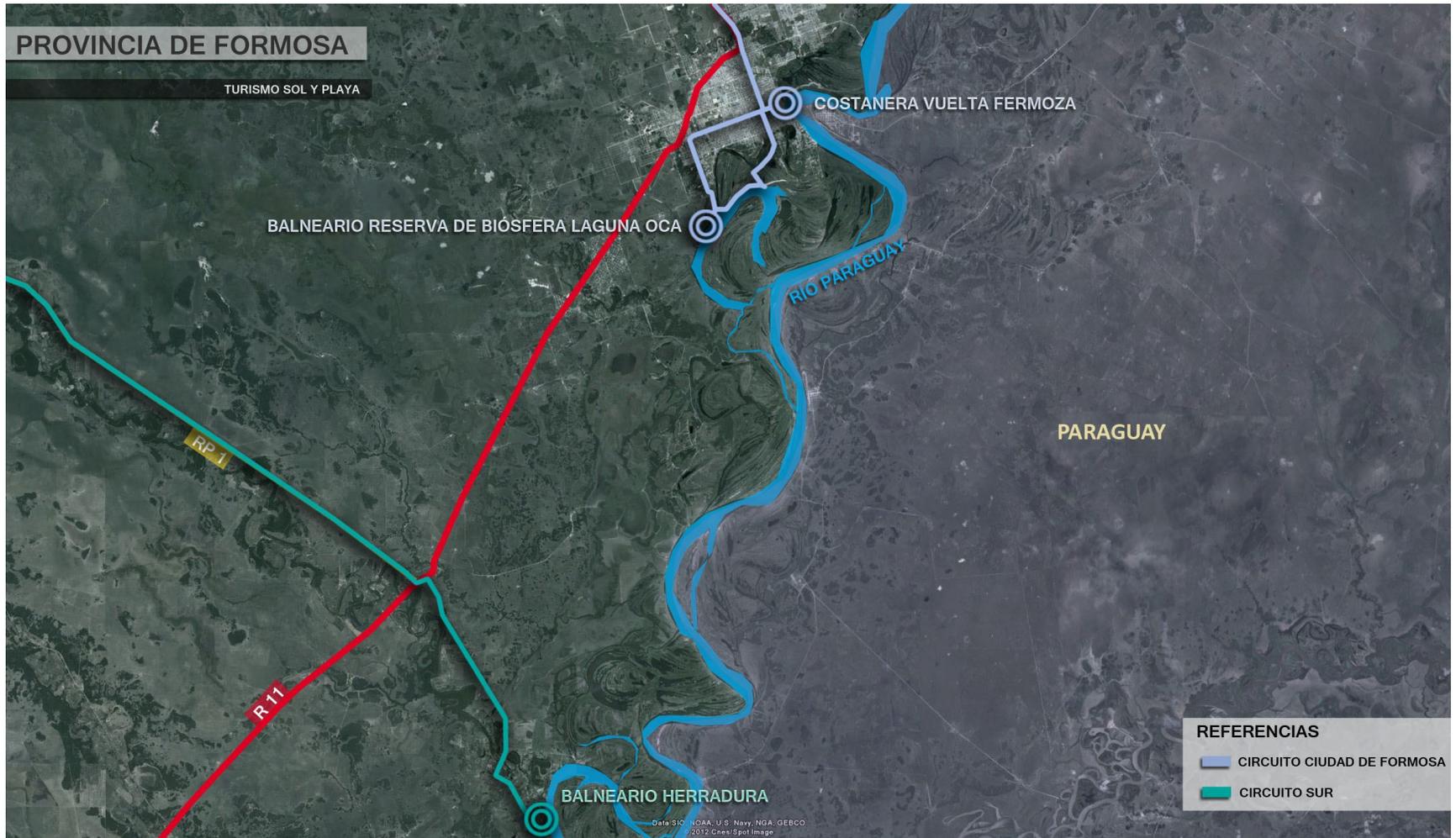
Por camino vehicular, acercándose al río Pilcomayo, donde existe otro campamento agreste, se inicia otro sendero, el Sendero vehicular interpretativo, que recorre en 5.000 metros, sabanas con palmeras, bañados, isletas de monte y selva en galería llegando hasta la costa del río Pilcomayo.



1.3.6. Turismo Sol y Playa

Este producto turístico, de creciente desarrollo en todo el litoral argentino, tiene interesantes manifestaciones en la provincia de Formosa, que incluye tanto áreas de balnearios junto al Río Paraguay, como circuitos de paseos costaneros de gran atraktividad paisajística y utilización para actividades al aire libre.

Turismo Sol y Playa



Circuito Ciudad de Formosa

1.3.6.1. Costanera Vuelta Formosa

La ciudad capital de Formosa durante mucho tiempo vivió de espaldas al Río Paraguay, situación que se revirtió a partir de 2006 con el desarrollo urbanístico de esta Costanera que cambió la perspectiva de la ciudad y el aprovechamiento del espacio público de sus habitantes.





El proyecto se completó en dos tramos: Vuelta Fermoza, y la extensión hacia el nordeste. Este nuevo paseo cuenta con un total de 4.336 metros en los que repavimentó un camino peatonal y vehicular y se emplazó equipamiento urbano de alta calidad, incluyendo pérgolas, barandas, solados de lajas rosadas, bancos, artefactos lumínicos, cestos de residuos, etc.





Además se construyó un puente de hormigón de 60 metros de longitud sobre el riacho Formosa, en reemplazo de la antigua estructura que se precipitó a causa de las inundaciones.

Sobre la rotonda final de la costanera, en el extremo norte, se puede visualizar la zona urbana de la ciudad paraguaya de Alberdi.



Una fuente de 30 metros es uno de los atractivos de este paseo ya que los fines de semana se programan festivales de aguas danzantes, un show musical con luces y

sonido. Junto a la fuente, dos mástiles ostentan las banderas de Argentina y Formosa. También se sumó al paseo un local gastronómico y se esperan el gradual desarrollo de nuevas instalaciones y servicios.



Todo esto se completa con un sistema de iluminación inteligente en el puente sobre el riacho Formosa, cuya belleza natural, junto con una vegetación que recrea un ambiente para la contemplación, se suma a otros espacios del paseo, que cuenta con sendas peatonales, bicisendas, espacios de juegos y áreas de esparcimiento y espacios la realización de actividades gimnásticas y ejercicios físicos, y locales sanitarios distribuidos a lo largo de la extensión de la costanera.

Los espacios verdes cubren casi 15 hectáreas con once de taludes parquizados y el resto de la superficie en canteros distribuidos en plazoletas y caminos. Esos espacios están servidos por el sistema de riego por goteo, mediante goteros enterrados.



El objetivo de este proyecto fue que la ciudad se reconciliase con su río, que los habitantes tuviesen el mejor paseo para la recreación y el esparcimiento, y que se convierta en una expresión de identidad cultural.

Esta disponibilidad de espacios de alta calidad urbanística y ambiental, se complementa con ofertas de excursiones fluviales, consistentes en un Paseo en Catamarán hasta Villa Alberdi (Paraguay) y por la costanera formoseña hacia el sur, hasta el Nuevo Puerto.

1.3.6.2. Balneario Reserva de Biosfera Laguna Oca

Esta reserva, además de los atributos ya señalados como producto ecoturístico, con inmejorables condiciones de accesibilidad por su muy corta distancia a la capital formoseña, es un componente primario de la oferta de Turismo de Sol y Playa, al disponer de una zona de playas con arenas, habilitadas en verano para formoseños y turistas.





Teniendo en cuenta las muy altas temperaturas que se registran en la región, esta oferta resulta fundamental considerando la posibilidad de un desarrollo turístico que pretenda sostenerse durante todo el año sin resultar afectado por problemas de estacionalidad.

Paralelamente, se pueden también realizarse deportes náuticos, pesca y otras actividades.

La playa, de una extensión aproximada de 1 Km., esta dotada de un muy buen nivel de equipamiento, contando con un centro logístico que nuclea la mayor cantidad de servicios.



Entre ellos, cabe mencionar la existencia de un núcleo sanitario de muy buena calidad constructiva y de un destacamento policial que otorga seguridad al lugar.





Circuito Sur

1.3.6.3. Balneario Herradura.

Ubicada a 44 km al Sur de la ciudad de Formosa, por la Ruta Nacional 11, la localidad de Herradura tiene el perfil de villa turística, ya que consta de gran variedad de campings y estancias con alojamiento turístico.



Sus playas tienen características similares a las descritas para el caso de la Reserva de Laguna Oca, aunque con un menor nivel de equipamiento disponible.



Si bien no cuenta con un perfil orientado específicamente al Ecoturismo, si dispone de variantes de oferta de Turismo Aventura, complementarias a la de Sol y Playa: Paseos y Travesías (Cuatriciclos, Piraguas, Kayak, Banana Acuática, Lanchas para pesca Guiada, Cabalgatas, Paseos en lancha por la Laguna en Embarcación, Bicicletas todo terreno, Alquiler de Carpas, Avistaje de Aves, Trekking, Campamentismo, etc.).



Es también sede de la Fiesta Nacional de la Corvina.

1.3.7. Turismo Vivencial, Rural y Étnico

Circuito Ciudad de Formosa

1.3.7.1. Oferta de Artesanías

La impronta cultural que trasunta la provincia de Formosa, marcada por la fuerte presencia de las tres comunidades indígenas existentes en la provincia (Wichís, Pilagás, y Tobas), se refleja en la disponibilidad de artesanías de muy buena calidad, cuya oferta se concentra principalmente en la ciudad de Formosa y en las distintas comunidades a las que puede accederse a través de los circuitos de turismo étnico.

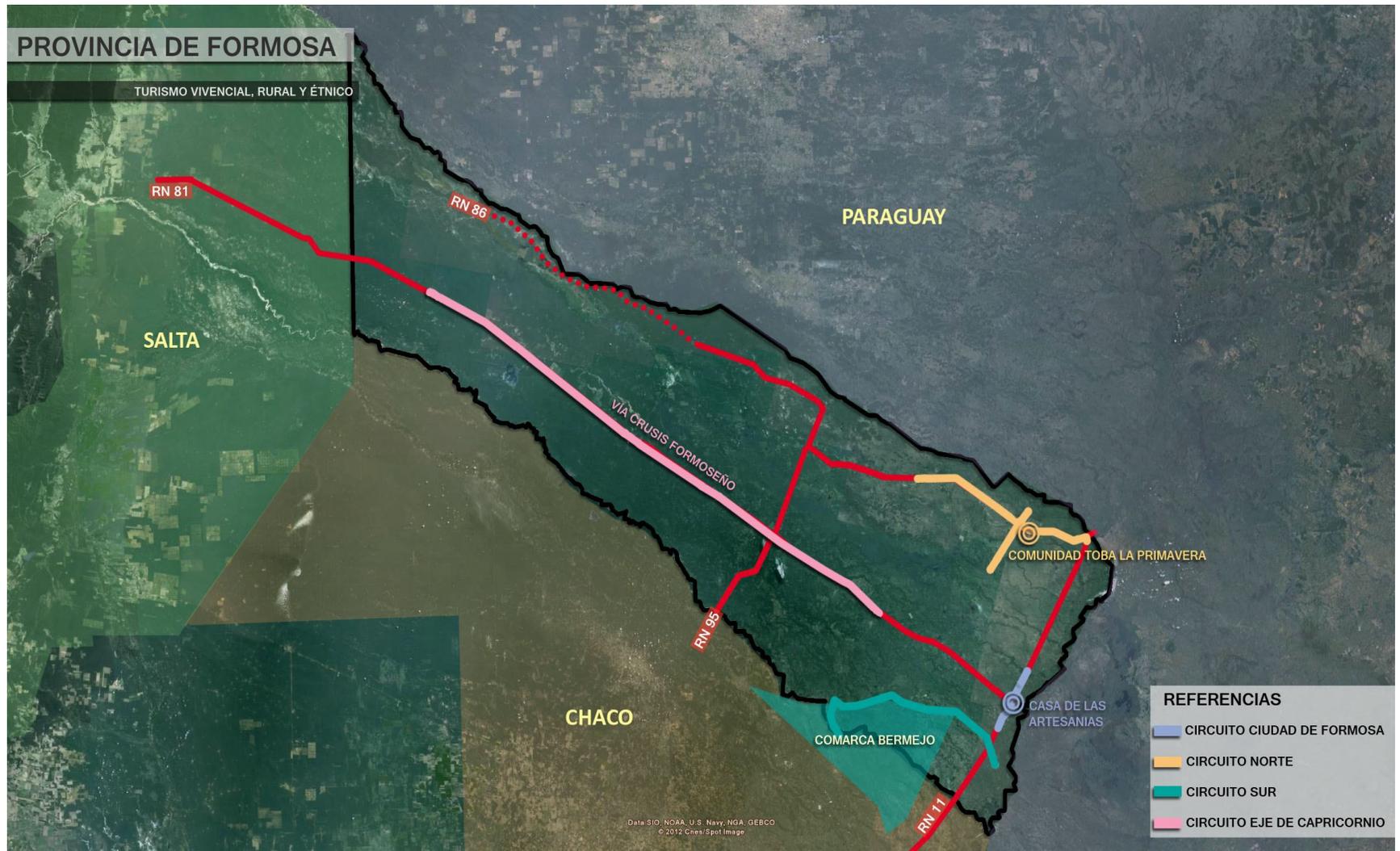
El principal nodo de comercialización de estas artesanías es la Casa de Artesanías, ya mencionada en el capítulo de Atractivos Urbanos, que presenta como dato notorio el hecho de que es administrada por el Instituto de Comunidades Aborígenes, que adquiere y vende estas artesanías, generando un retorno económico para las comunidades generadoras de las mismas.

También hay un punto de comercialización y exhibición importante en el Aeropuerto de la Ciudad de Formosa.

La oferta artesanal se centra principalmente en telares y cestería, además de distintos artículos regionales, de marroquinería regional (cuero de yacaré, búfalo y carpincho).

Como dato destacable adicional, debe mencionarse la originalidad de las artesanías, particularmente las de cestería y telares.

Turismo Rural / Vivencial / Ético



Circuito Norte

1.3.7.2. Comunidad Toba la Primavera - Laguna Naineck (Depto. Pilcomayo)



Ubicación y accesos

Se encuentra a 159 km de la ciudad de Formosa por RN 11, y a 45 km de Clorinda por RN 86. Ambas rutas son pavimentadas y con servicio público de pasajeros.

Fundamenta su atractivo en la combinación de la oferta paisajística dada por la profusa vegetación del lugar y el río, con la cultura originaria Toba, generando una propuesta dirigida a una estadía vivencial, intercultural y ecoturística.

El turista se integra por unos días a la vida de las familias Toba y comparte, de este modo, jornadas de intercambio cultural.

Puede aprender las bases del idioma ancestral, la elaboración de artesanías e incluso los usos tradicionales de plantas nativas, al igual que antiguas técnicas de pesca artesanal.

Según la época, se pueden compartir festividades originarias y es posible conocer el cercano Parque Nacional Río Pilcomayo, recorrer fincas agropecuarias, y conocer cultivos de la región, entre ellas, las instalaciones del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) e IPAF Laguna Blanca (cría de peces, jardín botánico, vivero forestal) y la planta potabilizadora y de envasado de agua subterránea “Aguas Joan”.

Las familias dedicadas a la producción agropecuaria del banano, pomelo, naranja y algodón también son receptivas al turismo y permiten compartir jornadas rurales durante el ciclo agrícola, como las cosechas que se realizan de marzo a junio.

Se dispone de artesanías típicas de la cultura Toba, como las delicadas piezas tejidas con hojas de totora, palma o en corandillo. De este modo, se confeccionan bolsos, porta termos, sombreros y cestos de diferentes tamaños. También realizan cintos, bolsos, caminos de mesa y cortinas con semillas naturales, leucaena y tacuarita.

Los guías comunitarios acompañan a los visitantes a caminar por el territorio indígena, el monte, el río y la laguna, compartiendo charlas y jornadas con abuelos y artesanos.

Otras actividades posibles en estas excursiones son:

- Visita al “Puente Angelito” y recorrido al centro de la comunidad “La Primavera”.
- Circuito “Potay Napobna” (Brazo del Oso Hormiguero) y sendero hacia “Puente Sastro”.
- Actividades de pesca, organizadas con previo aviso.

Circuito Sur

1.3.7.3. Comarca Bermejo (Deptos. Laishí y Pirané)

Comarca Bermejo es la denominación de un territorio turístico que involucra a diez localidades, seis (6) de la provincia de Chaco (Pampa del Indio, Presidencia Roca, General San Martín, La Eduvigis, Selvas del Río de Oro y Pampa Almirón) y cuatro (4) de Formosa (Villa Dos Trece, El Colorado, Colonia Mayor Villafañe y Misión Laishí).

La idea surgió en 2005, mediante un acuerdo entre la Casa de Formosa y la Estación Experimental Agropecuaria El Colorado del INTA, que permitió el desarrollo del proyecto liderado por el Agrimensor Carlos Arnedo, a través del cual los establecimientos rurales de la zona permiten disfrutar de un “refugio privado de vida silvestre”, un plan que intenta llevar hasta su máxima posibilidad el negocio agropecuario en completa armonía con la protección de la flora y fauna autóctona.

Así nació el proyecto Turismo Rural Bermejo, cuyo territorio turístico trazado fue bautizado “Comarca Bermejo”, con el objetivo de convertir a la zona en un destino turístico a nivel local, regional, nacional e internacional y para contribuir a mejorar los ingresos económicos, preservar los recursos naturales, fortalecer la identidad cultural, y fomentar el arraigo rural de los habitantes de la zona.

El entramado de grupos que hoy dan vida a la experiencia se configuró cuando sus actores decidieron aunar esfuerzos para desarrollar el turismo rural en la región, a través de un trabajo conjunto basado en lazos culturales, comerciales y familiares, y con el río como eje temático.

La tarea está compuesta por diez grupos del Proyecto de Turismo Rural, en distintas localidades de la comarca, que se lleva a cabo a través del Programa “Cambio Rural” del INTA, conducidos por un agente de proyecto y siete promotores asesores de diversas profesiones, aunque la mayoría son relativas al turismo. También participa un técnico de apoyo. La actividad comprende alrededor de 100 familias activas y otras 30 adherentes.

En El Colorado (Formosa) operan los grupos “Machinguí” y “Ñande Roga”, que tienen como asesora a María Andrea Belén Ibarlucea. En esa provincia también trabajan los grupos “Mayor Villafañe”, en la localidad homónima; “La Sirena Turismo Aventura” que funciona en la Villa Dos Trece coordinado por Emanuela Cortés; y “Misión Laishí”, en el paraje de ese nombre y coordinado por Luis Cuesta. En la provincia del Chaco operan otros grupos de asesores.

El territorio se localiza en la región de la llanura chaqueña húmeda, al este de la cuenca del río Bermejo, y contiene un extenso parque natural con bosques vírgenes, recursos hídricos, pastizales y palmares. El área está conformada por una planicie alternada con riachos, grandes esteros, lagunas y cañadas que por su pendiente general determina la formación de numerosos espejos de agua, en su mayoría cubiertos por vegetación flotante o palustre.



Con un clima agradable en invierno, especialmente desde abril hasta octubre, la región presenta una densidad poblacional baja y áreas naturales que precisan de preservación.

En las zonas de actividad agropecuaria, se encuentran extensos pastizales que resultan fundamentales para la cría de ganado vacuno e incluso la producción de leche que se destina al consumo interno.

En el 75% de las explotaciones agropecuarias de la región se encuentran pequeños productores. En cuanto a la especificidad técnico productiva regional, se destacan los cultivos de algodón, cereales y oleaginosas, ganadería bovina, horticultura y caprinos.

Las características de la región la convierten en un marco ideal para las actividades de campo: arreos, ordeñes, pialadas, etc.

También es un gran lugar para cabalgatas, caminatas, canotaje, caza y pesca. La observación de aves y de animales silvestres configura un fuerte atractivo, ya que la zona posee una gran variedad y abundancia de especies. Finalmente, también se pueden visitar comunidades de pueblos originarios y conocer su forma de vida y artesanías.





A todo ello se suma la posibilidad de compartir las costumbres y hábitos de los pobladores, que atienden a sus huéspedes y comparten sus conocimientos campestres.

Uno de los principales componentes de esta experiencia de Turismo Vivencial es la Cabalgata a orillas del Río Bermejo, que se sustenta en la visualización de un paisaje natural de alto atractivo, otorgado no solo por el río sino por la variada flora y fauna del lugar.

El proyecto tiene como objetivo principal generar trabajo en el campo del turismo para los habitantes de establecimientos rurales de la zona. Así, pueden sumar actividades laborales complementarias a las tradicionales agropecuarias, y mejorar su situación económica. Esta micro-escala es ideal para armonizar los intereses del turismo, del medio ambiente y de la comunidad local. De esta forma se convierte en una actividad susceptible de generar desarrollo endógeno.

Fuentes: Revista Aire libre (2011) - Sitio web: comarcabermejo.com.ar

Circuito Eje del Capricornio

1.3.7.4. Vía Crucis Formoseño

Complementariamente a los componentes esenciales de la historia religiosa de Formosa (Misión Laishí y Misión Tacaaglé) ya desarrollados en capítulos anteriores, el Vía Crucis Formoseño constituye otro atractivo importante para los visitantes que se movilizan interesados en la temática religiosa.

Es el más largo del mundo, con 512 km a lo largo de la RN 81. Las catorce estaciones se distribuyen desde la ciudad de Formosa hasta el límite con Salta, de este a oeste.

Creado por Monseñor Raúl Scozzina, la RN 81 lleva su nombre.

Las estaciones recuerdan hitos de la historia de la provincia, como ser su nacimiento, la obra de Vialidad Nacional, el rol de los fortines, el FF.CC: los hacheros, el maestro rural, los colonos, la mujer formoseña, los aborígenes, los misioneros franciscanos, los muertos en la Guerra del Chaco, y los sacerdotes de Formosa.

Se realiza una peregrinación en auto el fin de semana del Domingo de Ramos.

1.3.8. Turismo de Eventos Culturales

Circuitos Varios

La Subsecretaría de Cultura de la provincia de Formosa impulsa el desarrollo de las actividades culturales, con una profusa agenda que incluye actividades todos los meses del año.

Este calendario cultural se sustenta en la renovada disponibilidad de equipamientos con que cuenta la provincia, a partir de recientes inversiones públicas y privadas en la materia, que ya han sido descriptas en apartados anteriores.

Entre los eventos que pueden destacarse, además de los grandes festivales mencionados también en capítulos anteriores (en Laguna Blanca, Herradura y Pirané), pueden citarse los siguientes:

- Carnavales en Ibarreta, en febrero o marzo.
- Carnavales en Ing. Juárez.
- Expo-fiesta aniversario de Misión Laishí, en marzo.
- Fiesta del Violín del Monte del Oeste, en General Mosconi, zona de cultura wichí, en abril (II fiesta en 2012).
- Encuentro internacional de la Música, en julio, en Formosa, de alcance regional con visitantes de los países limítrofes.
- Festival Internacional de Teatro, en agosto, con presencia de países de Europa y América.
- Fiesta provincial del Chamamé, en Laguna Blanca.
- Fiesta provincial del petróleo, en Ing. Juárez (octubre),
- Fiesta provincial del arroz, en Lucio V. Mansilla (mayo).

Asimismo, habitualmente se realizan congresos temáticos. Entre los llevados a cabo recientemente, mencionamos:

- Congreso de la Madera.
- Congreso de Arquitectura Sustentable,
- Feria Provincial, Nacional e Internacional del libro de Formosa.

1.3.9. Conclusiones

La evaluación de la disponibilidad de recursos y productos turísticos en la Provincia de Formosa, revela un cierto desbalance entre los mismos, claramente imputable al escaso desarrollo y todavía débil tradición y cultura turística en el territorio.

Nos referimos al hecho de que los niveles de diseño, generación y aprovechamiento de productos turísticos no guardan todavía relación con la bastante amplia y extensa oferta de atractivos turísticos que dispone la provincia.

Como se desprende de los análisis precedentes, resulta claro que la oferta turística formoseña, se sustenta en dos grandes pilares:

Por un lado, una amplia gama de recursos naturales, incipientemente aprovechados como productos turísticos pero con un extenso campo de desarrollo por recorrer. Esto incluye tres tipos de componentes principales:

1. Los extensos humedales que se extienden en distintos puntos del territorio generando una biodiversidad que abre amplios campos para las modalidades de turismo de aventura, ecoturismo, turismo científico y observación de aves.
2. Los Parques Nacionales y Reservas Naturales gerenciados y protegidos por la Administración de Parques Nacionales, y los sitios clasificados internacionalmente como ecosistemas únicos, valiosos y susceptibles de ser preservados (sitios Ramsar, Reservas de Biosferas, etc.)
3. Los caudalosos ríos que rodean a la Provincia, cuyo aprovechamiento actual es exiguo, tanto a nivel de productos turísticos específicamente relacionados con ellos, como a su utilización como vías de acceso a otros recursos y productos de difícil accesibilidad por vía terrestre.

Por otro lado, Formosa dispone de un irrepetible patrimonio cultural proporcionado por la amplia incidencia demográfica y ocupación territorial de sus comunidades originarias (pueblos Wichís, Pilagás y Tobas), cuya relativamente alta preservación de identidad y costumbres, abre un amplio campo de trabajo para el desarrollo futuro de nuevos

productos turísticos, que desde un criterio de sustentabilidad social, proporcione a esas comunidades postergadas la posibilidad de un desarrollo económico, simultáneo a un fortalecimiento y revalorización de sus atributos culturales.

A estos dos pilares tradicionales de la oferta turística formoseña, cabe agregar en la actualidad un tercer componente, el de la cada vez más variada y amplia oferta de atractivos urbanos y sub-urbanos que ofrece la capital provincial, apuntalada también en este caso por fuertes inversiones en equipamiento e infraestructuras estrechamente ligadas al turismo, entre las cuales cabe mencionar la imponente obra de la Costanera Vuelta Fermoza, el Estadio Polideportivo Cincuentenario, e inversiones hoteleras estimuladas desde el sector público, tales como el Hotel Howard Johnson.

Debe destacarse, sin embargo, que el diseño, generación y posicionamiento de nuevos productos turísticos, y el desarrollo pleno de los existentes, estará claramente condicionado por al menos dos factores relacionados a la “gestión” en los que la situación actual es de notoria debilidad: por un lado, la inexistencia de un régimen regulatorio apropiado para la actividad turística en la provincia (que se evidencia, por ejemplo, en el casi nulo contralor de establecimientos y operadores turísticos); y por otro, la existencia de un mercado de difusión y comercialización turística muy reducido, además de una limitada disponibilidad de recursos humanos capacitados en la disciplina.

1.4. Recursos Naturales

1.4.1. Caracterización geográfica general de la Provincia

La provincia de Formosa está situada en la Región del Norte Grande Argentino. Limita al oeste con la provincia de Salta, al sur con Chaco y al este y al norte con Paraguay.

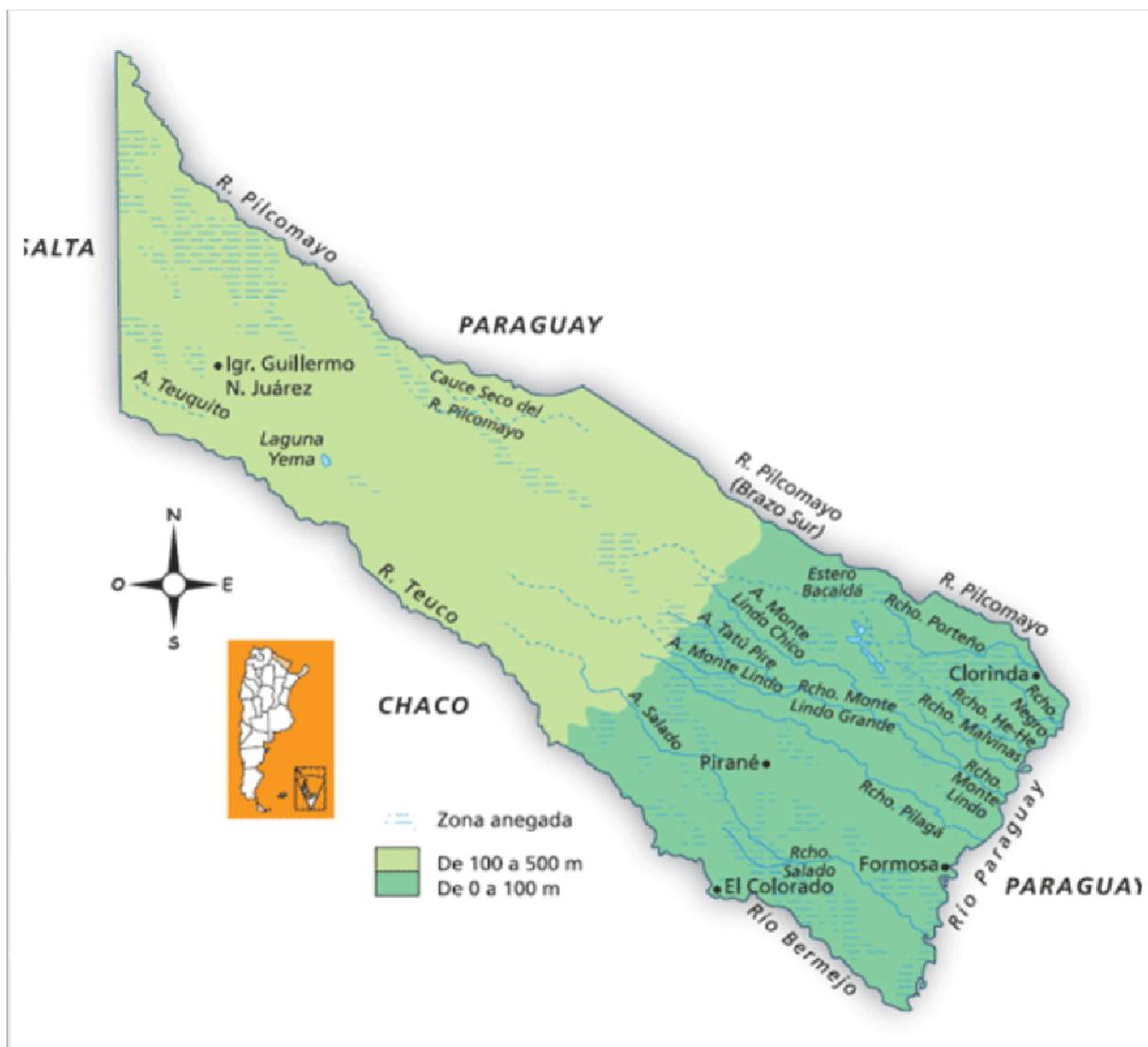
Se extiende entre los paralelos 22° y 27° de latitud sur y los meridianos 57° y 63° de longitud oeste de Greenwich. Es atravesada, en su zona norte, por el trópico de Capricornio que la ubica en la región subtropical del país. Ocupa gran parte del Chaco Central, conocido hasta principios de siglo XX también con el nombre de Llanos del Manso.

Integra la zona geográfica conocida como Región Chaqueña. Posee una uniformidad de relieve con una suave inclinación noroeste-sudeste, los ríos y arroyos aunque en ocasiones divagantes y formando esteros siguen también la dirección noroeste-sudeste; el bioma casi exclusivo es el del parque chaqueño.

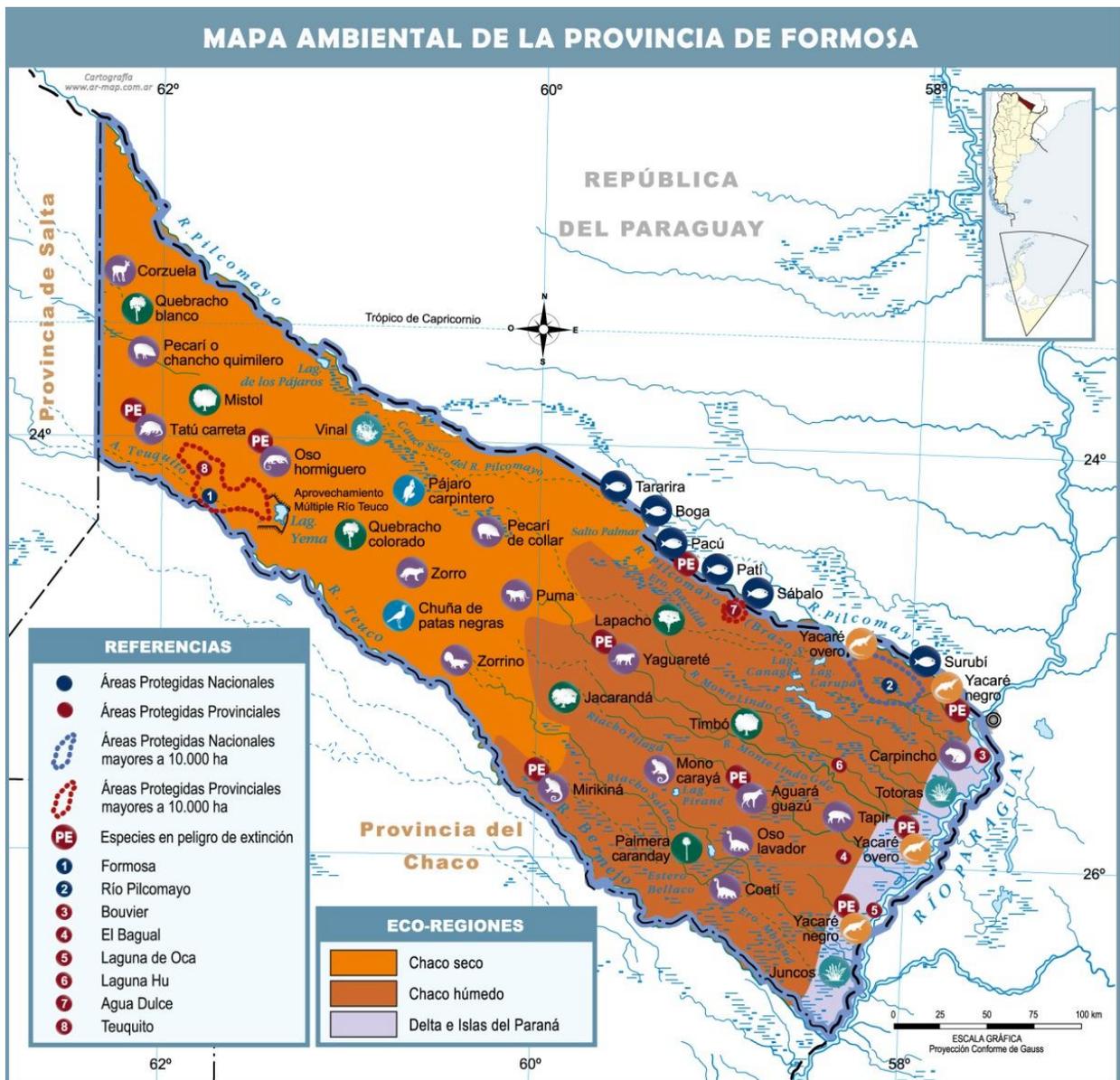


El clima provincial es semi-tropical. Hacia el este, las lluvias son uniformes durante todo el año, llegando a orillas del río Paraguay a superar los 1200 mm anuales. Allí, el tipo climático local es semi-tropical semi-estéptico.

Las localidades del territorio, cuanto más hacia el oeste se encuentran presentan una estación seca invernal más neta, con lluvias en la temporada cálida, que en el límite con Salta suman solo 600 mm anuales. Allí, el tipo climático local es semi-tropical continental.



Durante el verano, que en la provincia es largo y caluroso, las temperaturas ascienden a más de 45 °C en todo el territorio, sensiblemente más agradables en el sudeste, mientras que en el invierno, en algunos días suele descender hasta los 0 °C por acción del viento pampero, produciéndose heladas.



El viento norte es otro de los rasgos distintivos de la región, que sopla con fuerza a partir de fines de agosto hasta principios de abril; es un viento cálido y húmedo.

La desigual humedad determina diferencias en la vegetación. Cerca de los ríos se desarrolla la selva en galería, con ejemplares como el algarrobo, palo amarillo y palo santo. Hacia el oeste aparece el bosque chaqueño donde crece el quebracho colorado

y quebracho blanco, el lapacho, el urunday, el guayaybí, la espina corona, la guaraniná, el palo lanza, el ibirá-pitá, el urunday, el palo blanco, el timbó y las palmeras yatay y pindó.

En el límite con la provincia de Salta se encuentra el área conocida como El Impenetrable.

La normal inclinación del terreno influye en el escurrimiento de los ríos Pilcomayo, Bermejo o Teuco y otros arroyos que corren paralelos a estos. El río Pilcomayo obtiene su caudal proveniente de los deshielos en las cumbres de Bolivia, y su cauce es muy cambiante. El río Bermejo nace en un área limítrofe entre Bolivia y Argentina. Ambos ríos son afluentes del río Paraguay, que en su paso por territorio argentino presenta un ancho caudal que permite la navegación para buques de calado menor.

1.4.2. Recursos Naturales por Circuito

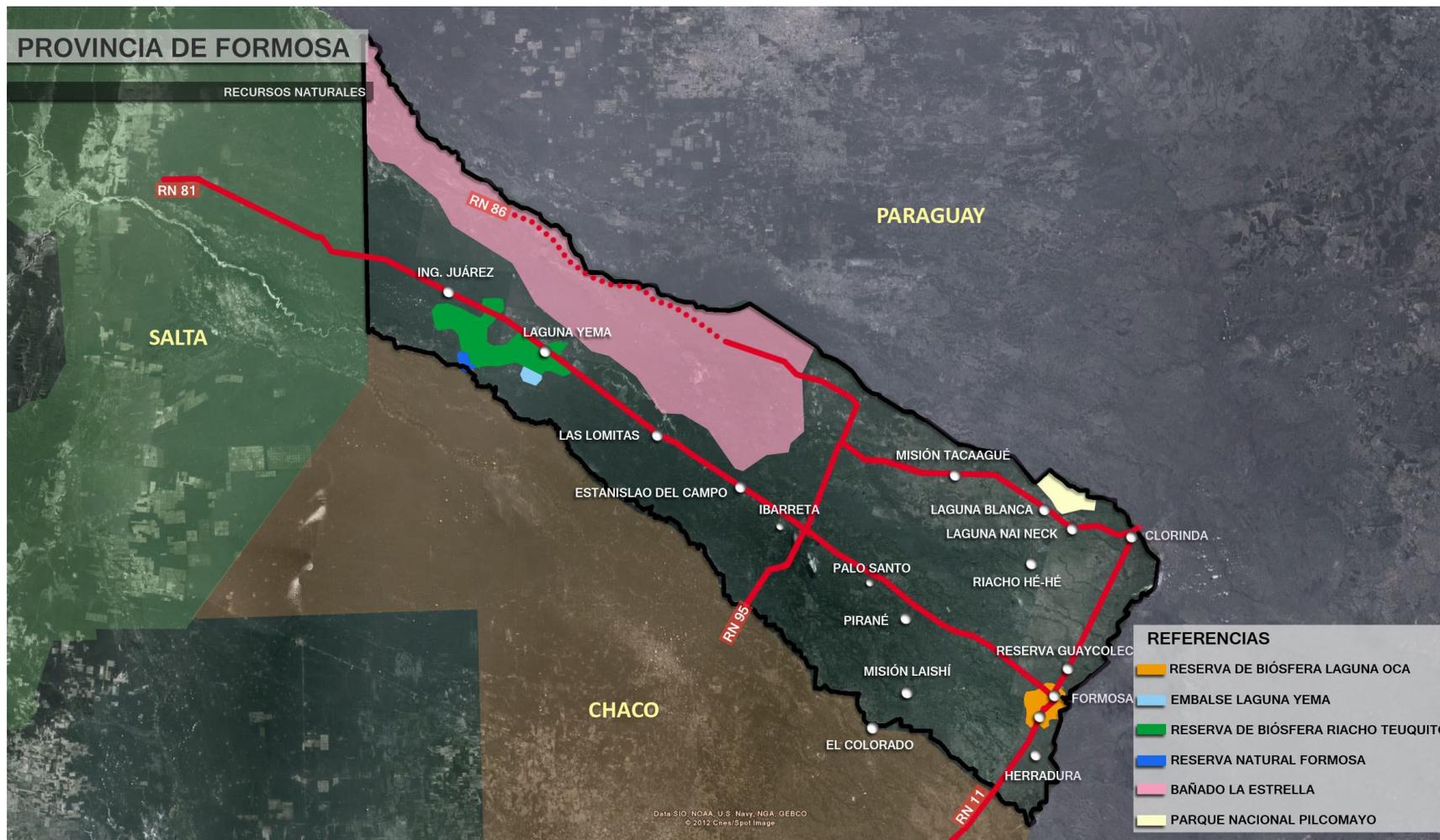
Se describen a continuación los principales recursos naturales de la Provincia de Formosa susceptibles de aprovechamiento turístico y disfrute de la población local.

La mayoría de estos recursos han sido ya mencionados en capítulos anteriores de este informe, particularmente en el referido a la oferta de productos de Ecoturismo, en el cual el enfoque se orientaba a su aprovechamiento turístico y a la oferta de productos disponibles relacionados a los mismos.

En este capítulo, el análisis se focaliza en los atributos ecológicos de esos espacios.

Estos recursos naturales son agrupados en función del circuito turístico en el cual se encuadran.

Recursos Naturales de la Provincia de Formosa



Circuito Ciudad de Formosa

1.4.2.1. Reserva de Biosfera Laguna Oca

Ubicación

La laguna Oca constituye un meandro separado aunque vinculado al río Paraguay, ubicado en las proximidades de la Ciudad de Formosa, Argentina.

La Reserva se ubica sobre la margen derecha del Río Paraguay. Se trata de un humedal que depende principalmente de los aportes y dinámica del río mencionado.

Latitud 26° 07 a 26° 22 S

Longitud 58° 05 a 58° 17 O.

Rango de elevación: (metros sobre el nivel del mar): 61 a 66



Características Generales

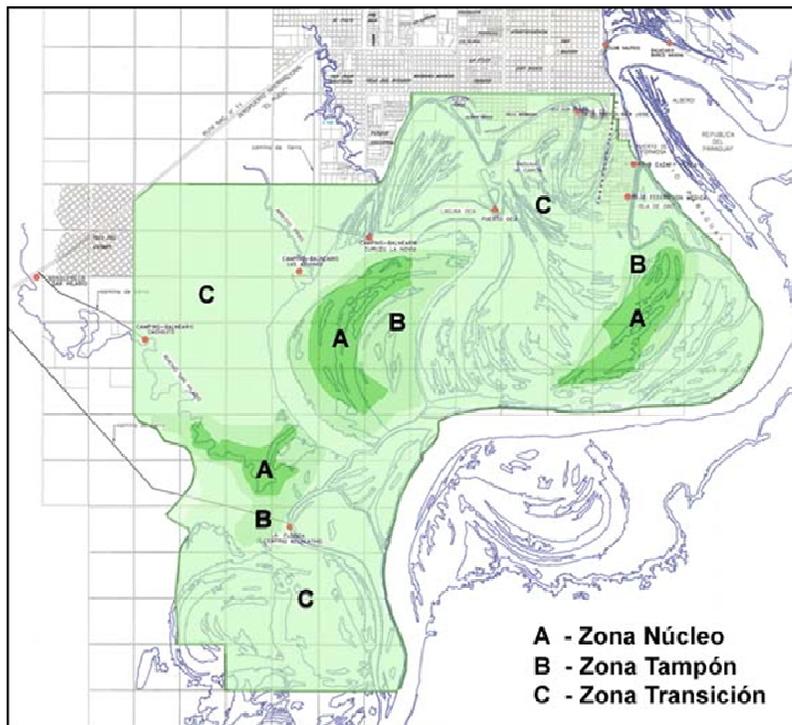
Forma parte de llanura aluvial regida por la acción del río Paraguay y se encuentra constituida por brazos del canal principal, lagunas semilunares, deltas internos, albardones y surcos de sedimentación. Es la primer reserva urbana del mundo y cuenta con una extensión total de 10.000 has.

La extensión total de la Reserva es de 10.000 has, correspondiendo 635 has al área núcleo, 925 has a la zona tampón (buffer) y 8.440 has al área de transición.

Niveles de Protección / Manejo

El entorno fue declarado Reserva de Biosfera en Septiembre de 2001.

Entidad Administrativa: Coordinador Ejecutivo de la Unidad Central de Administración de Programas (UCAP)



Vegetación / Flora

La vegetación natural comprende comunidades acuáticas fijas o arraigadas, como los pajonales y pirizales, y móviles o flotantes como los embalsados y los camalotales. Se desarrollan diversos ambientes como ser bosques fluviales inundables, bosques en galería no inundables, y arbustales fluviales inundables.



Fauna

Estos ambientes favorecen la presencia de una rica y variada fauna (yacaré negro y overo, monos aulladores, coatíes, carpinchos, coipos y lobitos de río, y aves como el biguá, las garzas moras, las bandurrias y los miutúes).

En la reserva pueden encontrarse ejemplares de carpincho, pecarí, yacaré, zorro; avifauna como ñandú, tero, chajá, cotorra, venteveo, biguá, garza, carancho, aguilucho, y diversas especies de patos.

Población

En cuanto a la población afincada en la zona, las zonas núcleos no están habitadas; la población de las zonas buffer es escasa y dispersa, menos de un centenar de personas que producen para autoconsumo en pequeñas granjas familiares, complementadas con pesca y asentadas de manera en general precaria y en algunos casos, transitoria.

En la zona de transición es necesario diferenciar el área periurbana (14.833 habitantes y 2967 viviendas, según estimaciones sobre la base de EPH) del área rural dispersa (2.000 habitantes y 400 viviendas, según estimaciones realizadas por el equipo de la Unidad Central de Administración de Proyectos de la Provincia).

En términos de empleo y actividades económicas predominantes en el área de transición, son similares a las registradas para la lindante ciudad de Formosa. El empleo se concentra en los servicios sociales, comunales y personales, con una fuerza de trabajo mayoritariamente con bajo nivel de instrucción y predominantemente criolla.

Circuito Eje del Capricornio

1.4.2.2. Laguna Yema (Depto. Pilcomayo)

Ubicación

La localidad de Laguna Yema, que otorga accesibilidad a este recurso natural, se ubica a 78Kms. de Las Lomitas, por RN 81 y hacia el noroeste.



Características Generales

Sobre la Laguna Yema en tierras del pueblo originario del cacique Yemu (yema en lengua wichí y que derivaba de su coloración de pelo de color de la yema de los huevos), y que fuera dado de muerte por soldados que se encontraban en fuertes en la región, se construyó en los años 1980, el embalse de Laguna Yema, para reservorio de agua, abastecido por el Río Teuquito.



La Laguna Yema es una depresión natural, cuyo contenido hídrico se evaporó.

El clima se caracteriza por poseer un verano extremadamente caluroso y prolongado, sus temperaturas oscilan, en verano, entre 38° a 50° abarcando los meses de Octubre a Marzo, y en invierno entre 8° y 18°. El promedio de lluvias anuales es de 800 mm. aproximadamente.



Vegetación / Flora

Además de la flora típica del lugar, propia de una zona semi-árida, se puede contemplar el trabajo del hombre en la transformación de la zona en un vergel, a escasos metros del casco urbano, en las instalaciones del CEDEVA, donde mediante el sistema de riego y tecnología se puede apreciar un sinnúmero de cultivos que reverdecen el campo en pleno contraste con la zona circundante.

Fauna

Con una exuberante vegetación, aves y animales silvestres se desarrollan profusamente. Entre las aves, se encuentran gran variedad de patos (picazo, sirirí, crestón, pampa), y entre las distintas variedades de animales silvestres es frecuente encontrar corzuelas, conejos, vizcachas, chanchos del monte, ñandúes, osos hormigueros y, ocasionalmente, algún puma americano.

Recursos Hídricos

El Embalse construido a partir de la depresión marcada por una laguna natural, Laguna Yema ocupa una extensión de 14.500has. y cumple la función de reservorio de agua.

Sus canales abastecen del líquido vital a localidades cercanas, llegando hasta Las Lomitas.



1.4.2.3. Reserva de Biosfera Riacho Teuquito

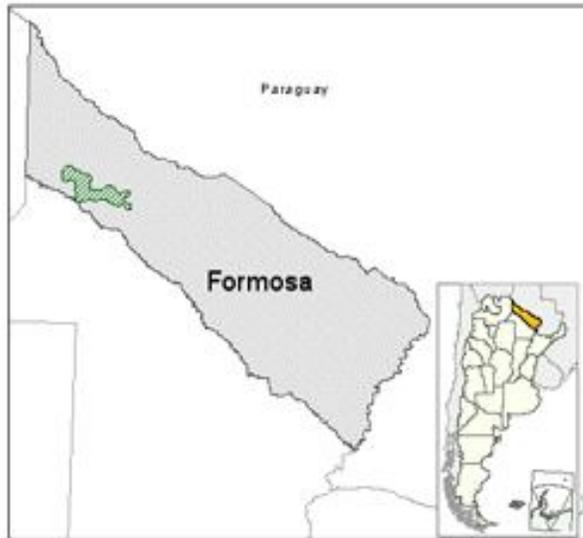
Ubicación

La Reserva se encuentra ubicada en el oeste de la provincia de Formosa, ocupando una superficie de 81.000 has, dentro del Dominio Chaqueño

(Cabrera, 1973), o la Provincia Biogeográfica denominada Bosques Tropicales Secos o Caducifolios (Udvardy, 1975).

Ubicación: 24° 02 a 24° 18 S - 61° 15 a 61° 49 O.

Altitud (metros sobre el nivel del mar): 128 a 186.



Gráficos – Fuente: Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación

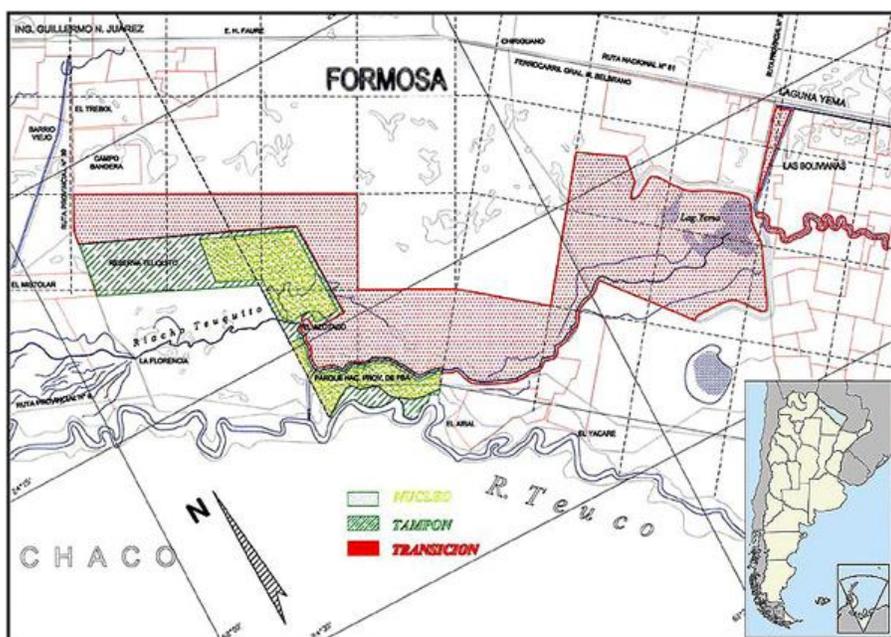
Características Generales

El área presenta una alta heterogeneidad ambiental natural, determinando un complejo mosaico de sistemas ecológicos, representativo de los bosques tropicales secos. Un 75% de su superficie está cubierta con masas boscosas en distintos grados de explotación, por lo que los recursos forestales, mediante un manejo integral de los mismos, podrían constituirse en uno de los componentes básicos del desarrollo para las comunidades de la región.

Niveles de Protección / Manejo

Fue integrada a la Red Mundial en noviembre de 2000.

Si bien la superficie actual se considera apropiada para cumplir con las tres funciones de la Reserva, está prevista una ampliación en una segunda etapa, que permitiría extender los límites de la Reserva a una superficie de 1.000.000 de hectáreas.



Superficie (hectáreas): total 81.000, núcleo 10.000, zonas "buffer" 18.000 y áreas de transición 53.000.

Esta reserva formoseña, en el oeste de la provincia, incluye una porción del chaco semiárido, con sus bosques de maderas duras (bosques de quebracho santiagueño) y abras pastosas, especies animales amenazadas (tatú carreta y loros habladores), e incluirá, en su desarrollo posterior, emprendimientos productivos regionales y comunidades aborígenes.

La intervención humana, representada básicamente por tres actividades productivas (agrícola, ganadera y forestal), ha originado modificaciones en los sistemas ecológicos de distintos grados de severidad.

Vegetación / Flora

Dentro de las especies presentes, se destacan los quebrachos colorado y blanco, el palo santo y el palo blanco.

Fauna

Dentro de la fauna, hay numerosas especies consideradas críticas en términos de conservación, que se encuentran en el área, tales como el tatú carreta, el oso hormiguero el yaguareté , el chancho quimilero, etc.,

Población

Con relación a la población, puede decirse que la zona núcleo está escasamente poblada, especialmente por pequeños grupos familiares criollos, al igual que la zona tampón, donde realizan actividades de ganadería extensiva y de huertas para autoconsumo, mientras que en la zona de transición se encuentran tanto grupos criollos como comunidades aborígenes, las que además de las actividades mencionadas realizan actividades artesanales.

1.4.2.4. Reserva Natural Formosa (Depto. Matacos)

Ubicación

Ubicación: oeste de la Provincia de Formosa, entre las localidades de El Yacaré y La Florencia, sobre la margen norte del río Teuco.

Está ubicada a una distancia de 65 km. de la localidad de Ingeniero Juárez, donde se encuentra la Intendencia de la Reserva, y a 574 Km. de la ciudad capital de Formosa.

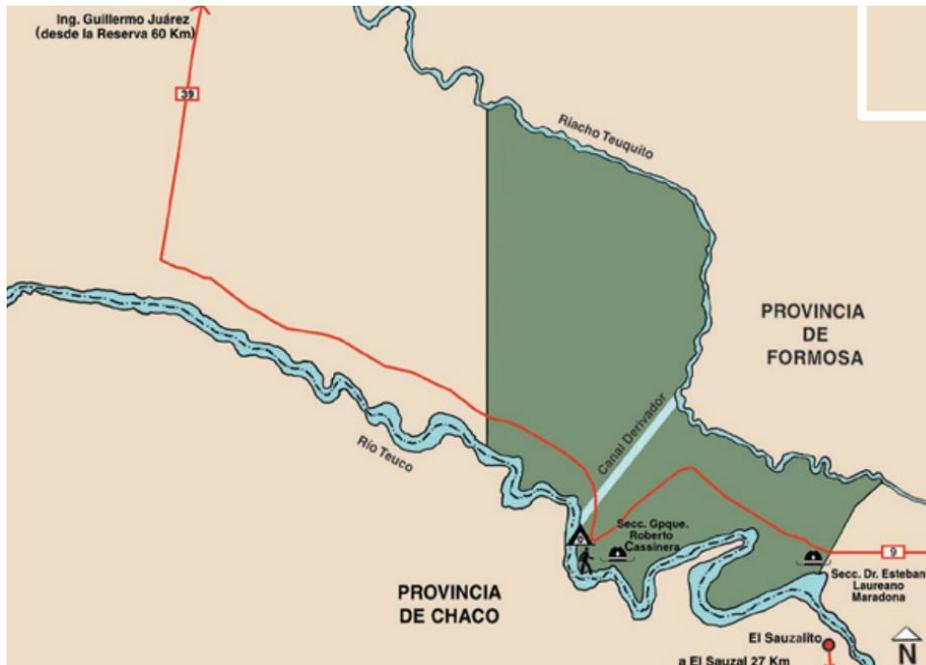
Las condiciones de accesibilidad son limitadas, debido a las variaciones en las condiciones del camino desde la localidad mencionada (no pavimentado), especialmente por verse afectado en la temporada de lluvias estivales.



Características Generales

SUPERFICIE: 9.005 ha.

BIOMA: Chaco Semiárido o Chaco Occidental.



Ubicada en la ribera norte del río Bermejo, la reserva comprende parte de la ecorregión del Chaco seco, con una flora peculiar y diversificada.

Las escasas lluvias se concentran en verano, determinando un prolongado período de sequía, junto a temperaturas extremadamente altas.

Esta Reserva, fue creada para rescatar de la sobreexplotación forestal y ganadera una porción de ambientes naturales. Su pequeña superficie apenas alcanza a representar la enorme diversidad y complejidad del bioma chaqueño occidental.

Esta protección permitió, sin embargo, la gradual recuperación de las comunidades vegetales explotadas y de especies como el Tatú Carreta y el Oso Hormiguero.

Por su particular ubicación geográfica, entre dos importantes ríos, el Teuquito por el norte y el imponente Teuco o Bermejo por el sur, hallaremos contrastes paisajísticos sorprendentes. Las periódicas inundaciones proveen los nutrientes

y los sedimentos necesarios para la subsistencia de las Selvas en Galería. A la vez, modelan el paisaje, dejando a su paso una infinidad de lagunas alargadas que brindan refugio a una enorme variedad de aves y plantas acuáticas, poco frecuentes en estas áridas regiones.

La cantidad de sedimentos acarreados forman, asimismo, amplias extensiones planas o playas en los cauces que abandonan las aguas durante las bajantes. Es allí donde se instala otra vegetación que, paulatinamente y a lo largo de los años, se convierte en diversas comunidades vegetales con hierbas, árboles y arbustos característicos de este tipo de paisaje.

Esto obliga, tanto a los animales como a los vegetales a desarrollar estrategias adaptativas que les permitan sobrevivir en estas extremas condiciones. Por ello muchos de los vegetales poseen hojas de pequeña superficie, espinas, órganos de reserva subterráneos, entre otras adaptaciones; la mayor parte de la fauna terrestre se refugia en cuevas y es de hábitos crepusculares.

Niveles de Protección / Manejo

La Reserva se creó en el año 1968, y limita por el oeste con propiedades privadas, por lo que es frecuente el ingreso no autorizado de ganado doméstico y de pobladores en busca de piezas de caza de fauna silvestre o de madera y leña.

El proceso mencionado se ve acentuado por el profundo grado de deterioro y consecuente degradación que han sufrido las comunidades vegetales de todos los sectores vecinos de la Reserva.

La sobreexplotación forestal y el sobrepastoreo del ganado doméstico están provocando graves procesos de erosión que afectan directa o indirectamente a los ambientes naturales de la Reserva.

La protección otorgada a la zona ha permitido la conservación de algunas especies vegetales y animales hoy en grave peligro.

Vegetación / Flora

Caracterizan a esta región semiárida los bosques que con justicia son considerados los más fieles exponentes de la Flora Argentina, ya que los árboles del Gran Chaco, sin alcanzar las grandes alturas de sus parientes selváticos, causan profunda impresión por su robustez y majestuosidad, adquiridas en condiciones climáticas adversas.

Con el aspecto de un bosque seco, de mediana altura y bastante abierto, el ambiente principal de la Reserva está caracterizado por la presencia del Quebracho Colorado Santiagueño y del Quebracho Blanco, especies que llegan a adquirir alturas mayores a los 20 m., sobresaliendo del dosel arbóreo y dominando sobre el resto de la vegetación.

Los acompañan el Palo Santo, Mistol, Palo Cruz, Yuchán o Palo Borracho de Flor Amarilla, el Itín o Palo Mataco, como así también cactáceas de gran porte como el Ucle y el Cardón.

Entre las especies que conforman el nivel arbustivo del bosque encontramos al Duraznillo, Garabato, Tala, Sacha Sandía, Brea, el Quimil, un enorme cactus de porte arbóreo, entre muchas otras. El suelo está frecuentemente cubierto de densas comunidades de Chaguar, llamados localmente "Chaguarales", que resultan impenetrables tanto para el hombre como para algunos animales.

En los amplios sectores costeros sometidos a periódicas inundaciones y desbordes del río Bermejo, se conjuga una variada gama de comunidades vegetales. Se observan bosquecillos densos de Palo Bobo o Aliso de Río, de Sauce Criollo, de Tusca y matorrales de Suncho.

Sobre la cerrada vegetación de las islas se encuentran hermosos ejemplares de Algarrobo Blanco, Chañar, Guaraniná y Vinal.



Sobre los albardones del Teuquito, se desarrolla la Selva en Galería, donde se desarrollan el Palo Lanza, la Mora, el Palo Flojo, el Zapallo Caspi y el Guayacán.

En los suelos arcillosos y de relieve deprimido se ubican bosques de Palo Santo, dando lugar a una de las formaciones vegetales más característica del Chaco Seco: el Palosantal. Esta especie posee una preciada madera de gran calidad, que ha sido muy buscada desde tiempos virreinales. Esto ha motivado una tenaz persecución que ha puesto en peligro sus poblaciones naturales, que han disminuido en forma alarmante.



En la zona aneja al curso del río la vegetación forma un monte denso y difícil de transitar, cuyas especies principales son el algarrobo blanco (*Prosopis chilensis*), la zarzamora (*Rubus boliviense*), el palo amarillo (*Phyllostylon rhamnoides*), el palo bolilla (*Chorisia insignis*) y el zapallo caspi (*Pisonia ambigua*).



Un importante segmento de la zona baja entre el Bermejo y el río Teuquito está cubierta por la única muestra protegida en Argentina de bosques de palo santo (*Bulnesia sarmientoi*), una especie casi exterminada por la industria maderera en las regiones no protegidas por el gran valor de su madera, apreciada en ebanistería.

En el sotobosque de estas formaciones abundan cactáceas como el ucle (*Cereus validus*) y el cardón (*Stetsonia coryne*), que constituían uno de los recursos alimentarios más importantes de la etnia wichí, que habitaba antiguamente la zona. Las zonas inundables, finalmente, albergan bosques de sauce criollo (*Salix humboldtiana*) y de palo bobo o aliso de río (*Tessaria integrifolia*).

Fauna

En la Reserva se halla la fauna típica de los ambientes semiáridos del Chaco Occidental. El Tatú Carreta o Tatú-Guazú, símbolo de la Reserva y especie en peligro de extinción, se encuentra con cierta frecuencia, siendo una de las pocas áreas protegidas que lo amparan en el país. También el Oso Hormiguero Grande, Oso Bandera o Yurumí que ve comprometida su supervivencia en toda su área de distribución, puede ser observado alimentándose de los termiteros y hormigueros que abundan en el área.



Dado que existen ambientes del tipo fluvial y acuático, junto a los característicos de las zonas más áridas, se encuentran especies representantes de ambos coexistiendo en la Reserva. Especies como la Vizcacha, el Piche Llorón, el Quirquincho y el Gualacate o Peludo, huyen del calor y de la desecación que producen las altas temperaturas refugiándose en sus cuevas.

Otras especies que habitan la reserva son el guazuncho o corzuela parda, loro hablador, charatas, carpinterito de los cardones, yacaré ñato, carpincho, chajáes, patos, garzas, murciélago pescador, etc.

El Conejo de Palo, el Zorro Gris, el Zorrino, la Corzuela Parda y los Pecaríes, el de Collar y el Labiado, permanecen durante el mediodía a la sombra de la vegetación, para ponerse en actividad apenas baja el sol.

En las riberas del Teuquito y el Bermejo es posible hallar las huellas del herbívoro más grande de la región: el Anta, Tapir o Gran Bestia, junto a las de

Coipo o Falsa Nutria, las de Mayuato, Aguará popé u Osito Lavador Sudamericano, las de Carpincho, e inclusive de Yacarés, entre muchas otras.

Asociadas a los escasos ambientes acuáticos se observa una llamativa diversidad de aves, entre las que se destacan las Garzas, el Jabirú, los Biguáes, Chajáes, Espátulas Rosadas, Patos de varias especies, etc.

Los montes son refugio de otras especies aladas, como la bullanguera Charata, de codiciada carne; las Chuñas, como la de Patas Negras y la de Patas Rojas; los Loros, como el Hablador y el Calancate, además de una multitud de pequeñas aves.

Los ofidios también están presentes, y los representan la temida Yarará, de mortífero veneno, la inofensiva Boa de las Vizcacheras o Lampalagua, que llega a los tres m. de longitud, y una gran variedad de culebras.

Algunos ejemplares de yacaré ñato (Caimán yacaré) se refugian en el Bermejo.

Población

Algunas comunidades wichis son vecinas de la Reserva Natural Formosa y es posible el contacto con las mismas y la adquisición de las artesanías que producen.

1.4.2.5. Bañado La Estrella (Depto. Patiño)

Ubicación

Se encuentra ubicado completamente en territorio argentino (Provincia de Formosa) inmerso en la Ecoregión del Gran Chaco Sudamericano, particularmente en el "Chaco Seco".

El acceso principal más cercano es por la Ruta Nacional 81 hasta la localidad de Las Lomitas, a 300 km al oeste de Formosa. El Bañado se encuentra a 40 km de Las Lomitas, por donde se ingresa al mismo por la Ruta Provincial 28, completamente pavimentada y en excelente estado.

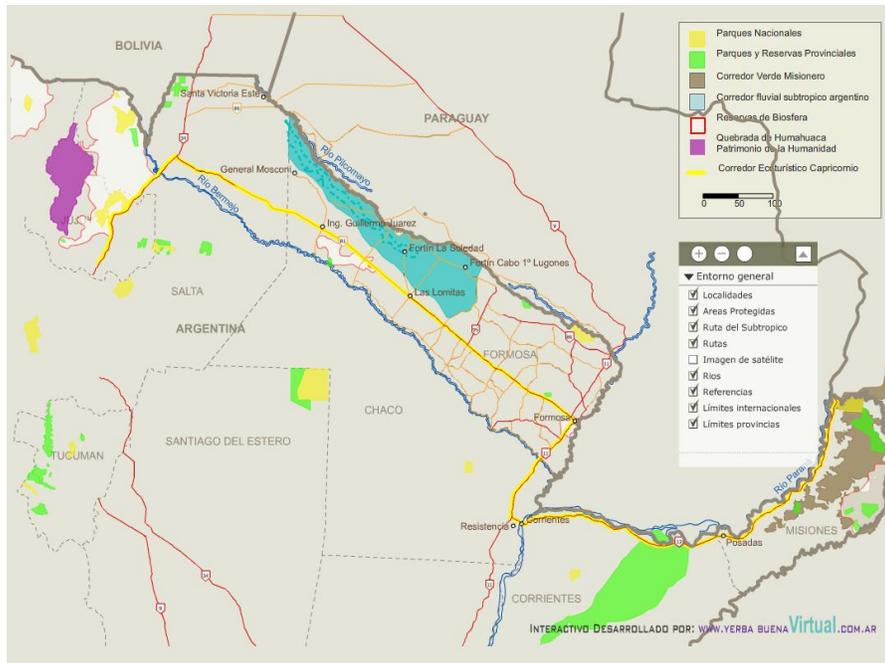
Parte del Bañado es atravesado por el Trópico de Capricornio.

Características Generales

El Bañado La Estrella es un humedal de gran extensión geográfica (400.000 ha aproximadamente), que abarca el cono aluvional del río Pilcomayo y su área de inundación periódica.



El Bañado La Estrella es, detrás del Pantanal de Brasil y de los Esteros del Iberá, la tercera reserva ecológica más importante de América del Sur y constituye una de las principales ofertas de turismo de aventura en la región.



Este ecosistema ubicado a 340 km de la ciudad de Formosa quedó bajo el agua por los desbordes del río Pilcomayo de 1940, y los que sucedieron desde 1966.

Pertenece a la subregión del Chaco semiárido. Posee un largo que oscila entre los 200 y 300 km y un ancho entre los 10 y 20 km. La temperatura media anual

es de alrededor de 23° y las lluvias llegan a 600 mm entre el período de octubre a abril.



Vegetación / Flora

Su flora esta compuesta por alisos, palma caranday, totora, pirí, y repollitos de agua.

Los bosques están clasificados en alto y bajo. El primero posee algarrobo blanco y negro, quebracho colorado y blanco, mistol, guayacán y palo santo.



En el bosque bajo se encuentra sacha sandia, chañar, vinal, palo mataco, duraznillo, itín y palo cruz.

Donde hubo un bosque nativo de quebracho blanco y colorado, palo santo y algarrobo se multiplicaron enredaderas y plantas acuáticas. Las plantas flotantes como el jacinto de agua, los repollitos y otras tapizan gran parte de las aguas, dándole una estética muy peculiar.





Fauna

En cuanto a su fauna, es posible encontrar las siguientes especies: tuyutú cuartelero, carancho, chajá, garza Blanca, patos, yacaré, carpincho, nutria, ñacatiná, curiyú, yará, víbora de coral, cascabel, pecarí de collar, oso melero, oso hormiguero, tapir, yagareté, vizcacha, garza morada y rosa.

El bañado es poco profundo, y habitan el yacaré y numerosas especies de serpientes acuáticas, así como ejemplares de aguará guazú.

Las aves zancudas (cigüeñas, garzas y jabirúes) también comparten territorio con lobitos de río, yacarés, vizcachas, carpinchos, osos hormigueros.



Población

Otro de sus atributos es la riqueza cultural evidenciada por la presencia de diferentes comunidades étnicas (Pilagá, Wichí, Toba y Nivaclé) que junto a criollos coexisten con el ambiente, preservando sus valores y tradiciones.

En la región se encuentra el asentamiento Bartolomé de las Casas, de la comunidad indígena de los pilagás.

Las funciones ecológicas que cumple el Bañado le confieren un carácter de elevada productividad, proporcionando muchos beneficios para el hombre. Las principales actividades que se desarrollan en la zona son la ganadería, la agricultura, la explotación forestal, la pesca, la caza y la recolección de algunas especies de plantas como el chaguar, y semillas o cortezas para teñir y realizar artesanías.

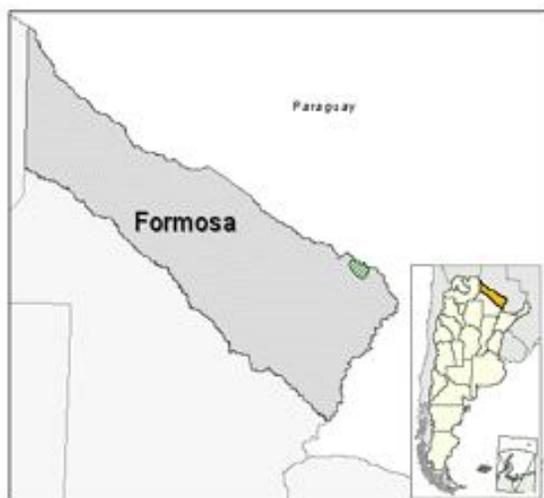
Circuito Norte

1.4.2.6. Parque Nacional Río Pilcomayo (Depto. Pilcomayo)

Ubicación

Se encuentra ubicado en la frontera con Paraguay, cerca de la confluencia de los ríos Pilcomayo y Paraguay, en el departamento de Pilcomayo.

Está a 20 km al norte de la localidad de Laguna Blanca (180 km de la ciudad de Formosa), por donde pasa el río Pilcomayo. Al noroeste se encuentra el Estero Poí y el Buena Vista, y al noreste el Estero Guazú.



Coordenadas geográficas: aproximadamente 25°07' S 58°02' O

Superficie: 51.889 ha

Características Generales

Los primeros habitantes tobas denominaron a este lugar Satalik-Lateday, que significa Espejo de Aguas Claras.

Constituye un gran complejo de ríos y cursos de agua lentos, lagunas y piletas de origen fluvial, pantanos de agua dulce permanentes y pradera inundada estacionalmente. Estos hábitats de humedales variados se encuentran intercalados con bosques en galería a lo largo del río Pilcomayo.

El tipo de hábitat dominante es la pradera de sabana estacionalmente inundada, con palmeras (*Copernicia australis*).

Las áreas húmedas permanentes tienen una vegetación acuática sumergida y flotante rica. La región es usada por la gente de la zona para pastoreo de ganado, y el turismo se encuentra en crecimiento.

El sitio es también notable para las aves acuáticas, cuyo número y variedad fluctúa marcadamente en respuesta a cambios estacionales en el grado de inundación.

Está situado en una zona de escasos declives, con muchos esteros y lagunas. El área está sometida a inundaciones periódicas que alternan con épocas de sequía, creando las vastas zonas anegadas en época estival.

Los sutiles desniveles del terreno, permiten diferenciar sectores con distintas probabilidades de inundación. Este es uno de los factores determinantes de la diversidad ambiental de la zona.

Niveles de Protección / Manejo

El Parque Nacional Río Pilcomayo es un Sitio RAMSAR (humedales de importancia internacional) creado el 4 de Mayo de 1992.

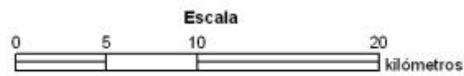
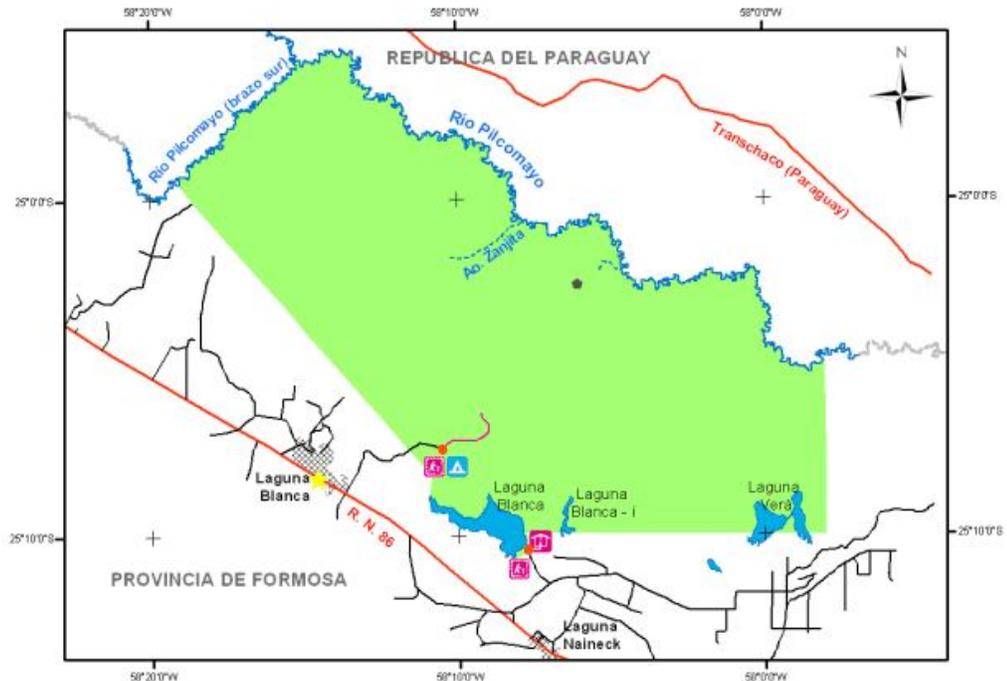
El Parque Nacional Río Pilcomayo fue creado en 1951 para proteger pastizales, esteros, cañadas, lagunas y selvas en galería, típicos de la eco-región de Chaco Húmedo u Oriental.

Con sus casi cincuenta mil hectáreas, el Parque Nacional Pilcomayo fue creado para proteger el ecosistema de pastizales, sistemas lacunarios y selvas de la provincia de Formosa. Es el bioma conocido como Chaco Húmedo. Se encuentra a orillas del Río Pilcomayo. El clima del parque oscila entre inundaciones periódicas y rachas de sequía. Debido a ello, en la temporada estival, gran parte del parque se inunda.

El Parque se divide en dos intendencias: Laguna Blanca y Estero Poí.



SITIO RAMSAR RIO PILCOMAYO



Proyección: Gauss Krüger



SITIO RAMSAR	Destacamento de Guardaparques
Ejido municipal	Intendencia
Laguna interna	Puesto de Gendarmeria Nacional
Limite Internacional	Camping agreste
Camino de tierra	Centro de visitantes/Sanitarios
Ruta pavimentada	Sendero interpretativo/Pasarela
Curso de agua permanente	Senda vehicular
Curso de agua temporario	

Cartografía básica: Cuerpo de Guardaparques P.N. Río Pilcomayo. Entrocassi y Espinola (2004): Toponimia del P.N. Río Pilcomayo. Imagen satelital Landsat 5 TM (cedida por CONAE) - Fecha: febrero de 2004

Vegetación / Flora

Entre la flora del Parque predominan los pastizales y las palmas de caranday. Los esteros ocupan la parte más baja y las isletas las partes más altas. La palma blanca es utilizada por las cotorras para construir su nido, mientras que aves como el carpintero de cabeza pajiza y el loro nienday lo hacen en los huecos de sus troncos.

La mayor parte de la superficie del Parque está ocupada por pastizales y palmares de caranday. La palma blanca o caranday crece hasta 14 metros de altura y tiene hojas palmadas de color verde glauco.



Fauna

Las especies incluyen *Mycteria americana* (muy grandes concentraciones pueden ocurrir durante la estación seca), *Ciconia maguari*, *Jabiru mycteria*, *Harpiprion caerulescens*, *Chauna torquata*, *Dendrocygna bicolor*, *D. viduata*, *D. autumnalis*, *Sarkidiornis melanotos*, *Cairina moschata* y *Heliornis fulica*.

También hay una avifauna terrestre rica, por ejemplo *Rhea americana* y *Cariama cristata*. Los reptiles incluyen *Caiman crocodylus* y *C. latirostris*, mientras que *Chrysocyn brachyurus*, *Lontra longicaudis*, *Myiocastor coypus* y *Hydrochaeris hydrochaeris* están entre los mamíferos presentes. En el Parque se pueden ver ñandúes y chuñas de patas rojas.

Los montes de quebracho colorado chaqueño, lapacho y urunday y las selvas del río Pilcomayo son hábitat de tres especies de mono: el caí, el carayá y el mirikiná. Además, están el coatí y el oso melero.

Entre las aves merecen mención el surucúa común, el trepador castaño, y la choca listada, además de una variedad inmensa de carpinteros. En los esteros, cañadas y lagunas se concentran grandes cantidades de aves acuáticas como las tres especies de cigüeñas: la americana, el tuyuyú y el yabirú.

En las aguas poco profundas se pueden ver garzas buscando peces, ranas o reptiles para alimentarse. En la Laguna Blanca, el mayor cuerpo de agua del parque, habitan dos especies de yacaré: el overo y el negro, ambas en peligro de extinción. Hay también diversos ofidios como la boa curiyú y culebras acuáticas.

La palma blanca (monocotiledónea de porte arbóreo) es utilizada por las cotorras y otras aves para hacer sus nidos. El carpintero cabeza pajiza y el loro ñenday anidan en los huecos de sus troncos. Estas palmeras también son utilizadas como refugio por murciélagos, como el moloso cola larga grande.

En este ambiente de espacios abiertos se pueden ver ñandúes y grupos de chuñas de patas rojas.

Entre los mamíferos más característicos se encuentran el aguará guazú, zorro de gran tamaño que se encuentra en peligro de extinción. Sus largas patas le sirven para vadear los sectores anegados. Es solitario, tímido y de hábitos

nocturnos o crepusculares; durante el día descansa en sitios de vegetación densa. Se caracteriza por su pelaje de coloración rojiza con el hocico, las patas y la crin negros.

Población

El área estuvo habitada a lo largo de miles de años por grupos indígenas que explotaron diversos recursos del medio ambiente ribereño a través de una estrategia que combinó, de manera sustentable, la caza –particularmente de carpinchos, tapires, monos, armadillos y vizcachas–, la pesca y la recolección de productos vegetales y animales, por ejemplo, moluscos.

Actualmente esta región se encuentra habitada por comunidades Tobas, descendientes de aquellos grupos, dueños de las lagunas, esteros y bañados.

Circuitos Varios

1.4.2.8. Monumento Natural Yaguareté

El yaguareté se distribuía desde el sudoeste de Estados Unidos hasta las orillas del Río Negro en Argentina. En la actualidad, solo se lo puede encontrar en Argentina, en la provincia de Misiones, Salta, Jujuy, Santiago del Estero, Chaco, y Formosa.

A nivel internacional el jaguar está categorizado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza como una especie casi amenazada, y es Monumento Natural Nacional y Provincial en Misiones, Chaco y Salta.

Inconfundible, por su gran tamaño y poderoso cuerpo y su lustroso pelaje manchado, es el mayor felino de América.

De aspecto pesado y robusto, está adaptado para cazar al acecho y usar la fuerza y la sorpresa más que la velocidad.



La hembra es, en general, más pequeña que el macho. Las manchas de su pelaje, llamadas rosetas, poseen una gran variedad que los investigadores utilizan para identificar a los diferentes individuos. Es relativamente frecuente la presencia de individuos melánicos (pelaje uniforme negro). Los adultos pueden pesar entre 60 y 120 kg.

El yagareté reside en una gran variedad de hábitats pero requiere de abundante cobertura arbórea, agua y suficientes presas para su supervivencia. Se encuentra en bosques secos así como en bosques húmedos tropicales y subtropicales. Es de hábitos solitarios a excepción de la época de celo o durante el tiempo de crías. Desarrolla su actividad al atardecer y antes del amanecer, aunque puede estar activo durante el día.

La camada es de 1 a 4 crías pero por lo general se compone de 2 cachorros que dejan de amamantarse a partir de los 5 meses. Las crías permanecen con la madre hasta un año y medio antes de dispersarse. Se alimenta de tapires, especialmente a los ejemplares jóvenes. Integran además su dieta pecaríes,

corzuelas, carpinchos, pacas, acutíes, coatíes y yacarés. Tampoco desprecia presas menores como cuises, tapetíes, aves, entre otros.

En zonas ganaderas aledañas a áreas protegidas puede constituir un problema el ataque al ganado ya sea este vacuno, porcino, u otro, alimentándose además de perros.

1.4.10. Conclusiones

La descripción precedente referida a la disponibilidad de recursos naturales de la provincia de Formosa, deja en evidencia el alto valor de ese patrimonio natural, íntimamente ligado a las condiciones geográficas peculiares de su territorio, tales como su relieve plano, con escasa pendiente y de mínima altura sobre el nivel del mar.

Esto, sumado al hecho de estar rodeado en sus áreas más bajas por tres de los ríos más caudalosos del continente, determina la extraordinaria cantidad, extensión y biodiversidad de sus humedales.

Por otra parte, la baja densidad poblacional en la mayor parte del territorio, y más allá de situaciones puntuales de depredación de parte de ese patrimonio, se destaca como una fortaleza el hecho de que muchos de tales recursos naturales se encuentran en muy buen estado de conservación e íntimamente ligados a comunidades originarias que a lo largo de los siglos han garantizado la sustentabilidad de esos recursos.

Desde una aproximación eminentemente turística, no puede dejar de observarse, sin embargo, el componente negativo que significa competir, desde una situación actual de escaso desarrollo turístico, con otros atractivos regionales de altísimo valor, algunos de los cuales, como las Cataratas de Iguazú, son considerados entre los más impactantes del mundo.

Esta situación se ha visto claramente reflejada en los diagnósticos y líneas de acción del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable, donde los

atractivos formoseños no han sido, en general, considerados dentro de los de desarrollo factible en las primeras etapas de gestión.

De igual manera, hacia el oeste de la región, las provincias de la región NOA, particularmente las vecinas Salta y Jujuy, disponen también de una enorme riqueza paisajística y una biodiversidad también de muy alto nivel, dada su disponibilidad de selvas montanas en los componentes de la Reserva de Biosfera de Yungas y de una notable variedad de paisajes y ecosistemas, condicionados por su cambiante topografía y relieve.

Esta situación ofrece, al mismo tiempo que dificultades para posicionarse turísticamente en un contexto extremadamente competitivo, también grandes posibilidades para la provincia, habida cuenta de los intensos flujos de visitantes nacionales e internacionales que llegan a los destinos mencionados y que podrían ver incrementadas sus opciones y sus tiempos de permanencia en el Norte Grande al incorporarse la oferta de recursos naturales de la provincia de Formosa.

Un aspecto que puede considerarse como un primer gran paso hacia ese posicionamiento turístico en planos de mayor competitividad, ha sido sin duda la alta inversión en infraestructura que se viene realizando en toda la geografía provincial, tanto en lo relacionado con la red vial (que ha puesto en condiciones de alta accesibilidad a recursos naturales, como el Bañado La Estrella, que hasta hace no mucho tiempo se encontraban virtualmente negados a los principales componentes de esa red vial) como a servicios de soporte indirecto de la actividad turística, como escuelas, colegios y hospitales que se construyen a ritmo incesante en toda la geografía de la provincia.

Anexo 3: Relevamiento, Análisis y Diagnóstico de la Demanda Actual

Introducción

En este apartado se analiza la demanda actual de turismo de la provincia de Formosa, teniendo en cuenta los criterios de volumen, perfil y comportamiento de la demanda de turismo.

Se ha relevado información existente, tanto de origen público, nacional y de la Provincia, como así también de origen privado, relacionada con la actividad del turismo en la provincia de Formosa. Se han considerado datos disponibles de turismo, económicos y poblacionales, de diversas fuentes. El objetivo de este capítulo es lograr una adecuada identificación de la demanda actual de turismo en la provincia, a partir de una caracterización de los visitantes, y de una estimación de la contribución económica del turismo.

2.1. Antecedentes: el turismo en relación a la economía de Formosa

2.1.1. Algunos aspectos geográficos y demográficos de Formosa

La provincia de Formosa tiene una superficie de 72.066 km², equivalentes al 2,6% del país. Su población total en 2010 alcanzaba a 530.162 habitantes, el 1,3% del total de la Argentina. La densidad de población es de 7,4 hab/km², frente a un 14,4% del país y un 12,7% del NEA.

La provincia limita al norte y al este con la República del Paraguay, al oeste con la provincia de Salta y al sur con la provincia del Chaco. El territorio provincial se encuentra dividido en nueve departamentos, a saber: Bermejo, Formosa, Laishí, Matacos, Patiño, Pilagás, Pilcomayo, Pirané, y Ramón Lista. Sus principales ciudades son: Formosa, Clorinda, Espinillo, Pirané, San Francisco de Laishí, Comandante Fontana, Laguna Yema, Ingeniero Juárez y General Enrique Mosconi. La ciudad de Formosa concentra el 56% de la población, con 234.354 habitantes.

Se trata de una de las provincias más jóvenes: la ciudad de Formosa fue fundada en 1879, luego de la guerra del Paraguay. La mayoría de las ciudades y pueblos fueron fundados a principios de siglo XX.

Predomina la cultura criolla, con fuerte presencia guaraní, conviviendo con etnias originarias: qom (tobas), pilagás y wichís (matacos). La población aborigen alcanza a 32.216 personas, según el CNPV 2010, equivalentes al 6.08% del total de Formosa.

Los inmigrantes de comienzos de siglo se instalaron en el sur provincial, en la actual comarca Bermejo, siendo especialmente de origen italiano y de algunos de países de Europa del Este. Asimismo, se destacaron los misioneros franciscanos, mayormente de origen italiano, que evangelizaron y trabajaron con la población aborigen y criolla, fundamentalmente en la Misión San Francisco del Laishí, y en la Misión San Francisco Solano de Tacaaglé., en la zona del Río Pilcomayo.

Provincia de Formosa. Población total y variación intercensal absoluta y relativa por departamento. Años 2001-2010

Departamento	Población		Variación absoluta	Variación relativa (%)
	2001	2010		
Total	486.559	530.162	43.603	9,0
Bermejo	12.710	14.046	1.336	10,5
Formosa	210.071	234.354	24.283	11,6
Laishí	16.227	17.063	836	5,2
Matacos	12.133	14.375	2.242	18,5
Patiño	64.830	68.581	3.751	5,8
Pilagás	17.523	18.399	876	5,0
Pilcomayo	78.114	85.024	6.910	8,8
Pirané	64.023	64.566	543	0,8
Ramón Lista	10.928	13.754	2.826	25,9

Nota: la población total incluye a las personas viviendo en situación de calle.

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2010.

2.1.2. El turismo en relación al Producto Bruto Geográfico y la actividad económica provincial

Su Producto Bruto Geográfico (PBG) alcanzaba en 2007 a \$ 1.850 millones de pesos constantes de 1993, según el Centro de Estudios de la Producción (CEP), del Ministerio de Industria. Estos guarismos arrojan una participación en el PIB de 0,5%, una de las más bajas del país, siendo además del 12,5% en relación al NEA².

El PBG de la provincia está conformado en un 13% por el sector primario, 18% por el secundario y 69% por el terciario. Dentro de este último, se destaca la elevada participación del sector público, que representaría el 45% del total del PBG de la provincia.

La economía privada es esencialmente primaria, y se basa en la cría de ganado y en la agricultura. Se destacan los cultivos de algodón, arroz, frutas (bananas, pomelo, melón, mamón, guayabas, mangos) y hortalizas (zapallo, mandioca, pimiento y tomate), también se siembra soja y maíz. La ganadería está representada por casi dos millones de vacunos, especialmente por cruces de razas británicas (Aberdeen Angus, Shorthorn y Heresford) y cebú (Brahman y Nelore). También se crían cabras y búfalos. La explotación forestal es tradicional, con el aprovechamiento de los bosques, que tuvo un gran desarrollo desde el inicio del siglo XX. Ha sido alta la producción de tanino. Se exportan muebles y partes de muebles (como tablas para revestimiento), madera aserrada y carbón vegetal.

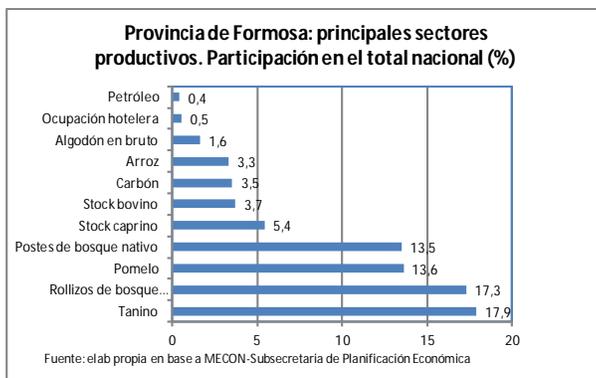
² El último dato oficial del MECON de Producto Bruto Geográfico de la provincia de Formosa es la serie 1993/1999.

La explotación de petróleo comenzó en 1984 en Palmar Largo, en reducida cantidad. En la actualidad, la empresa mixta REFSA (Recursos y Energía de Formosa S.A.) se encarga de la mayor parte de las operatorias.

En cuanto a la industria manufacturera, se destaca la producción de tanino, para elaborar adhesivos, aditivos y curtientes. También el sector textil (desmontado de algodón, producción de cueros y de pieles silvestres). Asimismo, se destaca la industria alimenticia, encontrándose en la ciudad de Formosa una importante embotelladora de una reconocida gaseosa que se distribuye a todo el NEA. La industria química y farmacéutica elabora cremas y medicamentos para enfermedades tropicales y subtropicales.

En el sector servicios, se destaca la elevada participación del Sector Público, siendo decisivo en lo atinente a Salud, Educación, Construcción, Infraestructura y Energía eléctrica, más allá obviamente de la Administración Pública Provincial. Entre los servicios privados, se destacan el comercio y el turismo, que viene creciendo en los últimos cinco años.

Desde el punto de vista de bienes y servicios específicos, la producción provincial se destaca a nivel nacional en la participación en los sectores de pomelo, rollizos y postes de bosque nativo, y tanino, siempre con guarismos superiores al 10% del país, como se aprecia en el gráfico. En tanto, es creciente la producción ganadera bovina, con gran desarrollo por implantación de pasturas africanas que provocan altos rindes en la producción, llegando a 1.790.000 cabezas en 010 (3,7% del país). Según el INDEC, en cuanto a la ocupación hotelera, con 179.000 pernотaciones, Formosa tiene una participación de 0,5% en el total nacional.



2.1.3. El turismo y las exportaciones de Formosa

Las exportaciones de bienes de Formosa alcanzaron US\$ 40 millones en 2011 (INDEC). Frente a los US\$ 81.957 millones, representaron el 0,05%, siendo la provincia con menor participación. Las ventas externas se concentran en tres productos: petróleo crudo (US\$ 10.3 M), tanino (US\$ 6.0 M) y el complejo arroz (US\$ 11.7 M), que concentran el 70.3% del total.

Formosa: Exportaciones de bienes			
en millones de dólares			
2011			
	US\$		
Totales Argentina	81.957		
Formosa	40,0		
Part % en total nacional	0,05		
Principales productos:	US\$	Principales mercados de destino, %	
Petroleo crudo	10,3	Brasil	19
Arroz Blanco	6,6	Estados Unidos	17
Tanino	6,1	Chile	12
Fibra de algodón	3,7	UE	11
Ambar para uso farmacéutico	2,3	China	10
Arroz integral	2,2	Venezuela	5
Arroz cáscara	1,6	Resto del mundo	23
Maderas aserradas	1,3		
Arroz partido	1,3		
Residuos de aceite de algodón	1		
Resto de bienes	3,6		

Fuente: elab propia en base a INDEC

Estas estadísticas no consideran las exportaciones de servicios, por ejemplo los ingresos en divisas por turismo receptivo, fundamentalmente desde Asunción y otros lugares de Paraguay, como así también de otros países del mundo, que visitan Formosa de manera creciente.

2.1.4. El Sector Público Provincial, la obra pública y el desarrollo del turismo

El Sector Público provincial es decisivo para el desarrollo, y en la provincia de Formosa se destacan una serie de obras públicas que, en los últimos años, han transformado a la provincia.

La ejecución presupuestaria de la provincia en 2009 alcanzó a \$ 3.471 millones (DNCFP-MECON, último dato), con un resultado financiero positivo de \$ 3.6 millones. Por el lado de los ingresos totales, el 7% fueron ingresos propios (impuestos provinciales e ingresos no tributarios y regalías), y el 93% son transferencias desde la Nación, sean corrientes por Coparticipación Federal de Impuestos, otras transferencias corrientes, y transferencias de capital (éstas por \$ 424 M). El Presupuesto 2012 presentó un total de gastos por \$ 8.671 millones, para toda la Administración Pública Provincial (Administración Central, Organismos Descentralizados e Instituciones de la Seguridad Social), con un resultado financiero superavitario presupuestado de \$ 54 millones. El Presupuesto 2013, por su parte, contempla gastos totales por \$ 10.774 millones, con recursos de origen propio por \$ 495 millones. Los gastos de capital previstos alcanzan a \$ 2.915 millones.

El rol del Sector Público Provincial ha sido decisivo en los últimos 10 años para sentar las bases del desarrollo del turismo, por la gran inversión en infraestructura pública. Al respecto, se destaca la terminación de la ruta nacional 81, asfaltada en toda su extensión hasta el límite con Salta,

consolidando el “Eje Capricornio” y el corredor bioceánico norte. La pavimentación de la RN 86 desde Clorinda hasta el empalme con la RP 28, aseguró el circuito norte en torno al Parque Nacional Río Pilcomayo. Se destaca la reciente construcción de la ruta provincial hidrovial 28, ruta hídrica modelo, con puentes sobre el Bañado la Estrella, tramo empalme RN 81 Las Lomitas – empalme RN 86 (Posta Cambio Salazar). Esta ruta fue declarada “Obra Provincial del año 2012” por la Asociación Argentina de Carreteras, por la consolidación de la accesibilidad, el respeto al medio ambiente y el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades aborígenes.

A esto debe agregarse la amplia y homogénea obra pública destinada a mejorar los accesos a muchas ciudades del interior y la construcción de nuevas escuelas de grandes comodidades y de nuevos hospitales y centros de salud a lo largo de toda la provincia. Lo mismo cabe decir de la inversión pública en la ciudad de Formosa, donde se destaca notablemente la nueva costanera de 5 km de largo, con todo tipo de servicios recreativos y gastronómicos, y por supuesto, paisajísticos. El Plan Provincial de Infraestructura 2015 prevé una continuidad de las inversiones.

En cuanto a la energía, la reciente construcción de la estación transformadora de 500 KW en las afueras de la ciudad de Formosa garantiza energía eléctrica para el desarrollo a toda la provincia. Asimismo, la red de fibra óptica se está construyendo hacia el interior de la provincia.

2.1.5. El empleo en la provincia de Formosa y el rol del turismo

El turismo es un gran generador de puestos de trabajo directos e indirectos. Por el momento, la estadística disponible no ofrece datos al respecto. De todos modos, en la provincia de Formosa existen 32.424 puestos de trabajo directos en el Sector Público provincial, según el Presupuesto 2012, mientras que existen 26.500 puestos de trabajo privado formal, según el SIPA. Estos datos no consideran el empleo municipal, el empleo privado informal, ni los planes sociales.

La relación con otras provincias comparables indica que en Formosa el empleo privado formal registrado en el SIPA equivale al 4.3% de la población, esta cifra es inferior a la observada en Chaco, Corrientes y Misiones, con 5.8%, 6.7% y 8.2% respectivamente, y muy inferior a la del país, donde el empleo privado equivale al 14.7% de la población, sobre datos a 2010.

Formosa. Puestos de trabajo declarados del sector privado y público

Promedio mensual en miles de puestos.

Período	empleo privado formal (SIPA)					empleo público	
	País	Corrientes	Chaco	Misiones	Formosa empleo privado	Formosa empleo público	
2006	5,065	57.7	49.1	81.5	17.9	s/d	
2007	5,505	62.7	54.2	87.1	20.7	s/d	
2008	5,854	66.3	58.8	88.3	20.8	s/d	
2009	5,764	65.4	61.6	88.0	21.4	s/d	
2010	5,917	66.4	60.9	89.8	23.0	s/d	
IV.11	6,286	72.2	67.6	97.6	26.7	s/d	
II.12	6,246	71.4	70.5	101.2	26.5	32.4	
Población (2010)	40,117	992.6	1,055.3	1,101.6	530.1	530.1	
Empleo privado formal / Población (2010)	14.7	6.7	5.8	8.2	4.3	6.1	

Fuente: elab propia en base a Dir. Nac. de Progr Macroeconómica, S. Política Económica, SIPA y Presupuesto 2012 Provincia de Formosa

El turismo, que es un gran generador de puestos de trabajo en el sector privado, dado que las pymes locales constituyen la mayor oferta empresarial de esta actividad, y tiene un potencial enorme, sobre todo a partir de las obras de infraestructura que ha realizado el gobierno de la provincia.

2.2. La demanda actual de turismo en Formosa

Para considerar la cantidad de visitantes turísticos a la provincia de Formosa, se han tenido en cuenta distintas fuentes. La EOH del INDEC-MINTUR releva la cantidad de viajeros que pernoctan por lo menos una noche en la Ciudad de Formosa. Este dato ha sido considerado clave en este trabajo para definir la cantidad de visitantes a la provincia, dado que la

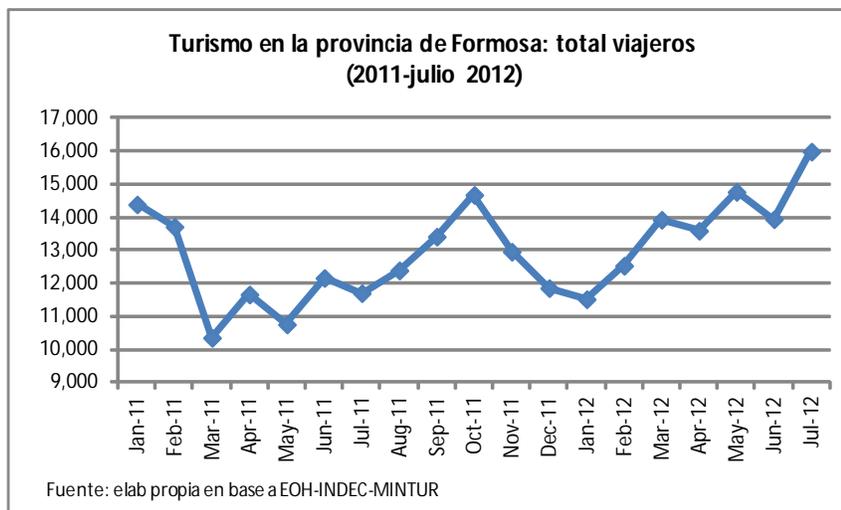
ciudad capital es la puerta de entrada irremplazable para el resto de los atractivos naturales y culturales de la provincia.

Esta información ha sido complementada con aquella generada por el Ministerio de Turismo de la Provincia, en lo atinente a ingresos por vía aérea a la ciudad de Formosa, movimiento turístico en el Ministerio de Turismo, e ingresos al Parque Nacional Río Pilcomayo, provistos por la APN Destacamento Laguna Blanca.

2.2.1. Cantidad de turistas visitantes

Según la EOH, la provincia de Formosa ha recibido 150.065 viajeros en 2011, lo que arroja un promedio mensual de 12.505 personas. La estimación 2012, según la tasa de crecimiento observada entre enero y julio, arroja 170.470 visitantes.

El promedio de visitantes mensuales ha sido de 14.026 personas (2012). Si bien la temporada alta es desde Semana Santa a setiembre, los viajeros por negocios compensan en parte la estacionalidad a lo largo del año. El período noviembre-febrero es el de estacionalidad más baja, como se observa en el gráfico. Julio – mes de estacionalidad más alta- de 2012 (último dato relevado) es el máximo de la serie, con 15.989 visitantes. Cabe recordar que, por ejemplo, en julio de 2011 los visitantes habían alcanzado a 11.706 personas, mostrando un alza anual de 36.6% para julio de 2012.



El turismo es una actividad relativamente “nueva” en la provincia, a partir del notable cambio en la infraestructura, fruto de la obra pública con alto crecimiento desde 2004, a partir del Acta de Reparación Histórica de la Provincia, firmada con el gobierno nacional. Debido al desarrollo de la infraestructura vial y urbana a partir de la obra pública provincial, el turismo de la provincia presenta una mayor y mejor oferta, con accesibilidad a los atractivos turísticos, por ejemplo a partir de la pavimentación de las RN 81 y 86. Por eso la cantidad de visitantes promete superar nuevos pisos, pues los atractivos naturales se encuentran más al alcance de un público de turistas más numeroso.

2.2.2. Perfil de los turistas de la Provincia de Formosa

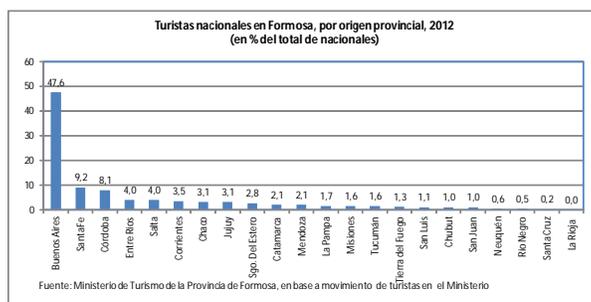
Según datos del movimiento turístico en el Ministerio de Turismo, el 93.1% de los visitantes son de origen nacional y el 6.9% son extranjeros.



Por el lado del turismo doméstico, el 47.6% proviene de la provincia de Buenos Aires y la Ciudad de Buenos Aires. Santa Fe y Córdoba se ubican en el segundo y tercer lugar, con el 9.2% y 8.1% respectivamente. Se trata de las provincias de mayor población en el país, hecho que sin dudas tiene peso.

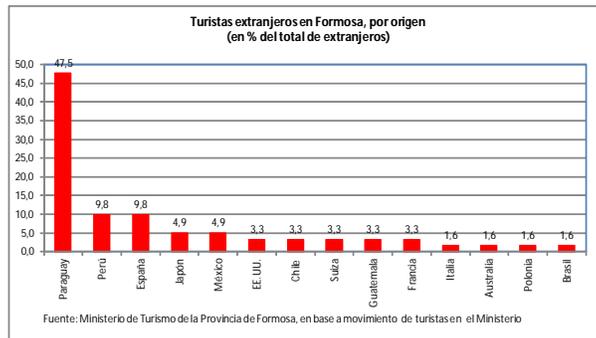
Un segundo grupo de provincias emisoras de turismo doméstico son las limítrofes con Formosa, o de la región norte: Salta, Corrientes, Chaco, Jujuy y Santiago del Estero aportan el 16.5% de los visitantes. La terminación de la pavimentación de la RN 81 uniendo Formosa con el NOA y consolidando el corredor bioceánico vial norte ha sido y será decisiva al respecto.

Estos tres grupos de destinos emisores equivalen al 82% del total nacional.

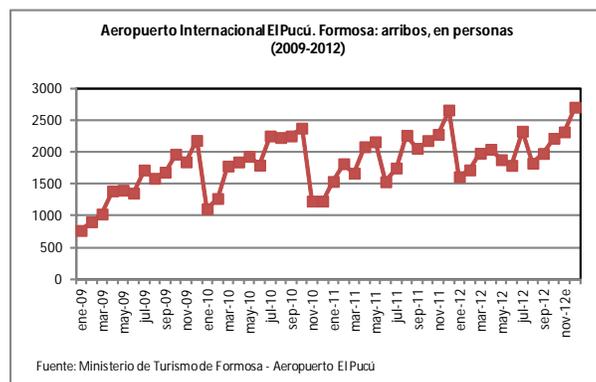


En cuanto a los viajeros extranjeros, es clara la importancia de los paraguayos, sobre todo desde Asunción, tanto para turismo de fin de semana como para viajes de mayor distancia, con Formosa como escala, dado que equivalen al 47.5% del total de los extranjeros. Además, por cantidad de visitantes, sólo es

superado por seis provincias emisoras argentinas: Buenos Aires, Ciudad de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos. El resto de los turistas extranjeros se encuentra bastante atomizado, con alguna leve preponderancia de visitantes desde Perú y España.

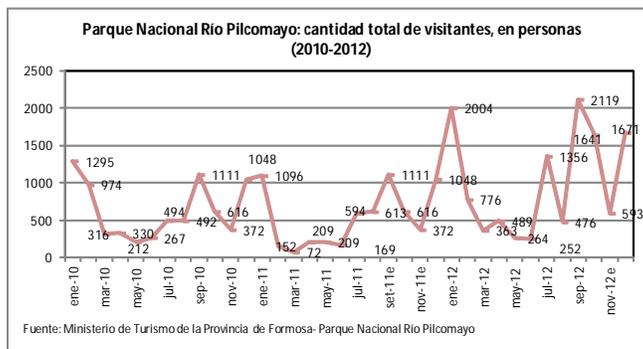


En cuanto a los arribos aéreos a Formosa, el aeropuerto internacional El Pucú, de la ciudad de Formosa, informa la cantidad de arribos. La serie confirma la estacionalidad del turismo, con caídas en los meses de verano. En 2012 habrían arribado a la provincia 24.389 personas por vía aérea, a un promedio mensual de pasajeros de 2.032.



Por su parte, la APN, a través de la delegación Laguna Blanca, reporta unos 12.005 visitantes estimados para 2012, con un promedio de 1.000 por mes,

pero con picos en julio, setiembre, octubre, diciembre y enero, sorprendentemente, meses de verano, a pesar de las altas temperaturas.



Asimismo, el registro de visitantes al PNRP arroja que los menores, los residentes locales y los residentes provinciales participan cada uno con un 22%, siguiéndoles los estudiantes con el 18.3%. Por el momento, los nacionales mayores tienen un peso menor, lo mismo que los extranjeros.

Parque Nacional Rio Pilcomayo: Cantidad de visitantes (2012)

	Menores	Residentes locales	Residentes provinciales	Estudiantes	Nacionales mayores	Jubilados	Extranjeros mayores	Total
personas	2.714	2.671	2.655	2.192	1.246	323	203	12.005
particip. %	22,6	22,2	22,1	18,3	10,4	2,7	1,7	100,0

Fuente: Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa- Parque Nacional Rio Pilcomayo

2.3. Estructura económica del turismo en Formosa

En este apartado se presentan algunos datos cualitativos como así también estimaciones cuantitativas acerca del peso económico del turismo en la provincia de Formosa, que son útiles para tener una aproximación a la contribución actual de esta actividad al desarrollo de la provincia, como así también para realizar posteriormente análisis de demanda potencial hacia el futuro.

2.3.1. Entorno del turismo: recursos humanos, salud y cámaras empresarias

Recursos humanos

El turismo es una actividad donde el rol de la persona es determinante. En ese sentido, la educación, la capacitación y la acumulación de capital humano son fundamentales.

Al respecto, la formación de RR.HH relacionados con el turismo en Formosa, en carreras directa o indirectamente vinculadas con la actividad, se centra en los siguientes centros educacionales con las siguientes carreras ofrecidas:

Universidad Nacional de Formosa (UNaF)

Sede Laguna Blanca (180 km de Formosa)

- Licenciatura en Turismo

Sede Central – Formosa ciudad:

- Licenciatura en Comercio Exterior - Ciclo de Licenciatura en Administración
- Profesorado en historia - Formosa Formosa
- Profesorado en geografía - Formosa Formosa
- Licenciatura en geografía - Formosa Formosa
- Tecnicatura foresto-industrial - Formosa Formosa
- Ingeniería Civil - Formosa Formosa
- Tecnicatura en Agronegocios - Formosa

Institutos Terciarios con Tecnicaturas en Turismo

Formosa ciudad:

- Escuela Normal Superior, del Estado provincial.
- Instituto Santa Isabel. Pertenece a la "Congregación de las Hermanas Educacionistas Franciscanas de Cristo Rey".

San Francisco del Laishí:

- Escuela Normal

Universidad de la Cuenca del Plata - Sede Formosa

- Licenciado en Administración

Idiomas

No queda clara la oferta de estudio de idiomas, sobre todo inglés y también portugués.

Aspectos sanitarios

El dengue es uno de los problemas centrales en el NEA, y la provincia tiene programas permanentes de lucha contra el mosquito. Por su parte, el problema de la vinchuca se encuentra minimizado, de la mano de la expansión del progreso, la infraestructura vial, y las nuevas viviendas de origen público, junto a la acción sanitaria provincial.

Instituciones comerciales

Se destaca la CAPIMEF, Cámara de Pequeñas y Medianas Empresas de Formosa. Adherida a la CAME a nivel nacional, cuenta con una Comisión de Turismo, incipiente, desde 2012.

Existen agencias de Viajes y Turismo en la ciudad de Formosa, pero formalmente no funciona una agrupación. No existe Cámara de Turismo, y la FEHGRA no tiene personería jurídica.

2.3.2. El turismo en Formosa: análisis económico

2.3.2.1. Demanda de turismo: aspectos cualitativos

La oferta de turismo de la provincia se organiza en torno al eje “El Imperio del Verde”, con cuatro grandes propuestas (Capítulo 1):

- a. Ciudad de Formosa
- b. Circuito Sur Herradura – Misión Laishí
- c. Parque Nacional Río Pilcomayo – Laguna Blanca
- d. Eje Capricornio -Corredor bioceánico norte – Las Lomitas – Bañado la Estrella

Al respecto, es interesante tener una primera aproximación acerca de cómo la demanda conoce a esta oferta formoseña.

➤ *¿Cómo ven el turismo en Formosa?*

Una manera de comprender como el turismo “entiende” Formosa es a través de lo reseñado en la excelente propuesta de la revista Lugares. En el Box se tiene un resumen que resalta aspectos que hacen a la demanda de turismo en la provincia, es decir, a que pueden hacer los visitantes.

<p>BOX: Cómo ven a Formosa. Nota de la Revista LUGARES sobre el turismo en la Provincia de Formosa - Número 181 - Mayo 2011</p>
--

SUMARIO

Notas principales:

Eje Capricornio. Itinerario norteño trazado por las RN 81 y 16 con paradas en el Bañado de la Estrella, el PN Copo y pueblos desconocidos.

Selva de Tayrona. Días de trekking y playa en el parque nacional natural que se esconde en el norte de Colombia.

Jequitinhonha. Secretos del río que atraviesa el estado de Minas Gerais, y la comunidad de artesanas que con su barro modelan figuras humanas.

Lihué Calel. El en el centro- sur de La Pampa en un hábitat de sierras, caldenes y guanacos.

África. Safaris de lujo en los dominios del Delta del Okavango, en Botswana.



Formosa

Por qué ir

Para conocer su riquísima biodiversidad en un asombroso paisaje subtropical. Tiene esteros, selvas en galería, sabanas con palmeras, bañados, bosques centenarios y montes en donde crecen salvajemente variadísimas fauna y flora. Es un destino de ecoturismo por excelencia. Para hacer avistaje de aves. Formosa cuenta con 560 especies de aves, el 56% del total de las que habitan los cielos de nuestro país. Para practicar pesca deportiva en sus numerosos ríos y riachos, otro de sus fuertes atractivos.

Para tener en cuenta

Mejor época: **Invierno - Otoño**

Cantidad de días: **4 días**

Para ir: **En familia | Con amigos | Solo | En pareja**

Plan: **Relax | Aventura**

Imperdibles: Guaycolec, Reserva Laguna Oca, Bañado La Estrella, Parque Nacional Río Pilcomayo.

Durante los meses de verano, se registran temperaturas que alcanzan los 40°. En invierno, la temperatura oscila entre los 12 y los 23°. Recomendamos llevar abrigo pero también ropa fresca para el día.

Un detalle poco frecuente: en la mayoría de las esquinas del centro, en la zona de las cuatro avenidas principales de la ciudad (25 de Mayo, Lelong, Napoleón Uriburu y Pantaleón Gómez) hay oficiales de policía a los que se les pueden consultar direcciones. En general, los formoseños son gente cálida que hace sentir cómodos a los visitantes.

Como se observa, la propuesta base son 4 días (tres noches), en invierno-otoño, enfatizando la biodiversidad y el turismo ecológico. Son dos ejes naturales en Formosa ciudad y otros dos en destinos lejanos, como el Bañado La Estrella, y el PNRP. Se destaca la calidad de los formoseños.

La demanda de turismo de la Provincia de Formosa presenta en la actualidad las siguientes características:

➤ *Marcada estacionalidad mensual y semanal*

Estacionalidad favorable desde Semana Santa hasta setiembre. Lunes a jueves mayor ocupación hotelera vs. viernes a domingo, cuando decae. En general, de lunes a jueves predominan los viajantes, los fines de semana

alteran paraguayos, delegaciones deportivas, y en menor medida familias de origen regional.

Se destacan las fechas de Semana Santa y vacaciones de invierno, junto a las dos fiestas masivas del turismo formoseño, la Fiesta del Pomelo en Laguna Blanca en julio, y la Fiesta de la Corvina en Herradura en febrero, vs el resto del año.

Los fines de semana largo en general no han tenido impacto en Formosa, salvo por algún turismo local y regional (Chaco, Misiones, Corrientes, Salta), pero no para turismo de larga distancia.

➤ *Perfil de los visitantes*

Pareciera haber un predominio del turismo de parejas y de grupos, que optan por la modalidad de turismo de aventura, y de negocios – viajantes. El turismo de familias y de extranjeros es creciente.

El turismo de aventura se está expandiendo en torno al Eje Capricornio - RN 81, que moviliza turismo y viajes hacia Iquique (Chile)-Paso de Jama- Salta- Embarcación- Formosa- Asunción- Brasil / Posadas-Cataratas del Iguazú. Así lentamente se incorporan turistas de destinos emisivos nuevos.

Se destaca desde que mejoró la infraestructura vial y de servicios turísticos (hoteles de 4 estrellas y 3 estrellas superior, junto a casinos y servicios gastronómicos en la nueva costanera) el turismo de paraguayos de Asunción. Este turismo limítrofe predomina los fines de semana, en busca de servicios de alta calidad.

➤ *Deportes y turismo*

Existe en la provincia una política de desarrollo deportivo, desde la Subsecretaría de Turismo. El desarrollo de la infraestructura contempló la construcción del Estadio Polideportivo Cincuentenario. En este estadio el deporte moviliza el turismo con la Unión de Formosa, el club de la ciudad.

Participa en la Liga Nacional de Básquet y en la Liga nacional de Vóley. Se promueve el turismo nacional de larga distancia y el turismo internacional. Fue Subsede del torneo de las Américas de Básquetball y sede del Súper 8. También Liga nacional de vóley femenino. Existe una alta ocupación del estadio casi todos los fines de semana durante los meses de estos torneos (setiembre-mayo).

También se destacan el karting regional (cada 15 días) en el kartódromo en la ciudad de Formosa, con turismo regional, el futbol con tres equipos en el Torneo Argentino B, los deportes formativos a nivel niños y jóvenes, como el fútbol infantil, con los campeonatos regionales y el turismo familiar.

Esto genera gran movimiento hotelero y del comercio local los fines de semana con deportes de alcance nacional y regional del NEA. Por último entre los deportistas famosos de Formosa se encuentran la boxeadora Marcela “la tigresa” Acuña, el ex - jugador de Boca Juniors Hugo “el negro” Ibarra, y el fallecido basquetbolista el “gigante” Jorge González”.

➤ *Cultura y turismo*

El mismo concepto cabe para el desarrollo de la demanda de turismo a partir de las actividades culturales. La Subsecretaría de Cultura impulsa el desarrollo de las actividades culturales, con una agenda que incluye actividades todos los meses del año y complementa la demanda de turismo.

Se destacan distintas fiestas- eventos, como los carnavales en Ibarreta, en febrero o marzo, la Expo-fiesta aniversario de Misión Laishí, en marzo, la Fiesta del Violín del Monte del Oeste, en General Mosconi, en abril (II fiesta en 2012). Entre las Fiestas provinciales temáticas se destacan la : Fiesta provincial del Chamamé, en Laguna Blanca. Fiesta provincial del petróleo, en Ing. Juárez (octubre), Fiesta provincial del arroz, en Lucio V. Mansilla (mayo).

Asimismo, encuentros culturales como el Encuentro internacional de la Música, en julio, en Formosa, de alcance regional con visitantes de los países limítrofes, el Festival Internacional de Teatro, en agosto, con presencia de

países de Europa y América, fundamentalmente. También las Ferias y Congresos (en general en Formosa), como el Congreso de la Madera, el Congreso de Arquitectura Sustentable, y la Feria Provincial, Nacional e Internacional del libro de Formosa.

Los museos también convocan visitantes, entre ellos se destacan el Museo Histórico y Regional "Juan Pablo Duffard", en Formosa, el Museo del Hombre del Noreste, en Laguna Blanca, entre otros. El Museo de Ciencias Naturales, en construcción, en Villa Escolar.

2.3.2.2. Demanda de turismo: aspectos cuantitativos

La cuantificación de la demanda de turismo es un paso imprescindible para realizar un adecuado diagnóstico del presente de la actividad. En este sentido, es necesario determinar la cantidad de visitantes, la estadía promedio y el gasto promedio.

La EOH brinda los datos acerca de la cantidad de viajeros en la ciudad de Formosa, dato que en este trabajo se asume es representativo del total de visitantes a la Provincia, por ser la capital la puerta de entrada. Se trata de 150.065 personas en 2011, y un estimación propia de 170.470 visitantes en 2012. Asimismo, la estadía promedio en la ciudad es brindada por la EOH (1,46 días).

Estimación de la cantidad de turistas de la Provincia de Formosa (2011-2012)					
Datos de la Ciudad de Formosa					
	2011	2011 ene-jul	2012 ene-jul	2012/11 var % anual (a julio)	2012 (estimado)
Plazas ocupadas	204.936	113.047	137.393	22	249.071
Total	157.056	86.705	109.434	26	198.227
Hoteleros	47.880	26.342	27.959	6	50.819
Para-hoteleros					
Viajeros (turistas)					
Total	150.065	84.758	96.283	14	170.470
Hoteleros	114.458	64.294	76.704	19	136.551
Para-hoteleros	35.607	20.464	19.579	-4	34.067
Duración de estadía promedio de los turistas	1,4	1,3	1,4	6,7	1,5

Fuente: elab propia en base a EOH del INDEC-MINTUR

2.3.2.3. Contribución del turismo a la actividad económica de la provincia de Formosa

Una vez cuantificados los visitantes y la estadía promedio, es oportuno realizar una estimación de la generación de ingresos que el turismo estaría generando en la provincia. El método es por el lado de la demanda, es decir, relacionando la cantidad de visitantes, su estadía promedio, y el gasto promedio diario.

En cuanto al gasto promedio diario, se han considerado datos base de la EIT, con información acerca del gasto promedio en Argentina de viajeros provenientes de Brasil, Chile, Uruguay, EE.UU. resto de América y Europa. El período considerado es enero-setiembre de 2012.

En base a estos datos y los valores resultantes en pesos, se ha estimado el gasto promedio diario de los visitantes nacionales, aplicando un ajuste del 50% del gasto promedio realizado por turistas de los tres países señalados del Mercosur. Así, el gasto promedio diario de un turista argentino se estima en \$ 333.2

Argentina: Gasto promedio diario, en dólares y en pesos					
Encuesta de Turismo Internacional y estimación propia					
ETI, Turismo receptivo, por origen. Enero-Setiembre 2012					
País de residencia habitual	Gasto promedio diario, US\$				Gasto promedio diario, \$*
	1° trim	2° trim	3° trim	promedio 1° - 3°	promedio 1° - 3° trim
Total	84,6	93,9	90,2	89,6	426,3
Brasil	165,3	178,2	174,7	172,7	822,2
Chile	108	153,4	130,8	130,7	622,3
Uruguay	133,5	118,3	97,7	116,5	554,5
EE.UU. - Canadá	100,9	85,7	85,6	90,7	431,9
Resto de América	68,5	89,2	69,1	75,6	359,9
Europa	57,4	58,2	50,1	55,2	262,9
Estimación nacionales**	67,8	75,0	67,2	70,0	333,2

Fuente: elab propia en base a ETI-INDCE-MINTUR ingresantes por Aeropuerto Ezeiza
*Tipo de cambio oficial BNA: 4,76 \$/US\$
** estimación propia para turistas nacionales: el 50% del gasto promedio diario de los tres países del MERCOSUR (Brasil, Chile, Uruguay)

Finalmente, se puede lograr una estimación del gasto total del turismo en la provincia de Formosa, o, lo que es lo mismo, la contribución económica del turismo en la provincia.

La estimación del gasto anual en turismo por el lado de la demanda arroja \$ 128 millones para el año 2012. El grueso de esta contribución, el 93%, es aportado por visitantes de origen nacional.

Turismo en la Provincia de Formosa: estimación de la generación de ingresos				
Año 2012				
	Argentinos	Extranjeros	Paraguay	Total
1. Ingresos de turistas estimados 2012 (viajeros-EOH)*	158.708	6.175	5.587	170.470
2. Estadia promedio ajustada ***	2,2	2,2	2,2	2,2
3. Gasto promedio diario, en \$**	333,2	426,3	554,5	343,8
4. Estimación del gasto anual en turismo por el lado de la demanda, en \$ (1*2*3)	115.800.992	5.765.724	6.785.278	128.351.994
5. Participación por origen, %	90,2	4,5	5,3	100,0

Fuente: elaboración propia en base a EOH del INDECAMINTUR Y Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

Notas:
* B 93,1% de los viajeros son nacionales, y el 6,9% son extranjeros, según el Movimiento de Turistas relevado en el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa. Además, de los extranjeros, el 47,5 % son de Paraguay.
** Para el caso de Paraguay, se tomó el gasto promedio diario de turistas provenientes de Uruguay, ante la falta de datos oficiales.
*** Se parte de la estadia promedio en la ciudad de Formosa, dato proveniente de la EDH (1,46 días), y se lo ajusta por un coeficiente de 1,5 dado que se estima que la permanencia en otros lugares de la provincia o la visita a atractivos a más de 300 km justifican este ajuste.

Es interesante comparar estos resultados con otros datos económicos de la provincia de Formosa. En el cuadro siguiente se tiene el detalle. El turismo en

la provincia de Formosa estaría representando el 0.10% de todo lo que genera la Actividad de Viajes y Turismo en el país, según los datos de la CAT, y que es el 7.25% del PIB del país.

Asimismo, la comparación con otros datos de la provincia permite posicionar relativamente al turismo. Equivale al 1.48% del presupuesto de la Provincia, al 21.2% de la recaudación propia de la provincia (Impuestos a los Ingresos Brutos, Patentes, Inmobiliario y Sellos) y al 68.3% de las exportaciones de bienes de toda la provincia.

Es decir, la importancia económica del turismo en la Provincia de Formosa queda a la vista, aún cuando se trate de una actividad de reciente desarrollo.

El turismo en la Provincia de Formosa		
Contribución económica comparada, año 2012		
en millones de pesos		
Concepto	millones \$	Ingresos por turismo como % de:
PIB 2011, a precios de 1993	459.571,0	0,03
PIB 2011, a precios corrientes	1.842.022,0	0,01
Actividad Viajes y Turismo en el País, CAT, 2011	134.283,4	0,10
Presupuesto de la Provincia de Formosa, 2012	8.671,0	1,48
Recaudación tributaria propia, Prov. Formosa, 2012	607,0	21,15
Exportaciones totales de bienes, Formosa, 2011	188,0	68,27
Ingresos por Turismo Prov de Formosa, estimación 2012	128,4	-

Fuente: Presupuesto de la Provincia de Formosa 2012, Cámara Argentina de Turismo, MECON, INDEC, CEP Centro de Estudios de la Producción (Min de Industria), estimaciones propias

2.3.2.4. Inversiones públicas provinciales en turismo

Esta contribución económica del turismo más que justifica las inversiones que la provincia viene realizando en esta actividad, pues, evidentemente, la tasa de

retorno es más que elevada. En este sentido, en el siguiente cuadro se observa el detalle de inversiones realizadas para eventos turísticos de la provincia, según datos del Ministerio de Turismo de la provincia. Las mayores inversiones corresponden a la organización de las dos fiestas más importantes, la del Pomelo y la de la Corvina.

Detalle de inversiones en eventos				
en pesos				
Evento	2009	2010	2011	2012
Fiesta de la corvina	999.900,0	1.534.000,0	2.321.800,0	2.436.000,0
Fiesta del pomelo	1.200.000,0	1.750.000,0	2.719.000,0	3.781.800,0
ETI	210.000,0	295.349,0	315.000,0	395.000,0
FIT	215.500,0	289.000,0	360.000,0	294.000,0
Cgso Arquitectura y Turismo Sustentable	395.000,0	668.000,0		
Fiesta de la Verdura			1.487.000,0	932.000,0
Promoción	45.000,0	75.000,0	120.000,0	180.000,0
Varios	450.000,0	1.500.000,0	1.800.000,0	875.000,0
Totales	3.515.400,0	6.111.349,0	9.122.800,0	8.893.800,0

Fuente: Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa

2.4. Conclusiones

Este trabajo tiene el objetivo de realizar un plan estratégico de turismo de la provincia de Formosa, y para ello las tareas I y II se han concentrado en la oferta y la demanda turística. Como se ha observado, la importancia del turismo en la provincia es creciente y su potencial es enorme.

En este capítulo se ha estimado la contribución económica del turismo en la provincia de Formosa, la cual en principio pareciera ser superior a la esperada, dado que el turismo se encuentra en una dinámica etapa de relanzamiento, con perspectivas inmejorables para incrementar su contribución al desarrollo económico y social de la provincia. La comparación de su aporte con respecto a otras actividades económicas de la provincia, y su potencial, así lo atestiguan.

En el próximo capítulo se analiza el marco legal regulatorio de la actividad en la provincia, y en los siguientes capítulos se profundizará el diagnóstico a partir del relevamiento a actores locales a través de metodologías

participativas, y se analizará la demanda potencial del turismo en la provincia, considerando tendencias nacionales e internacionales.

Anexo 4: Identificación de la Demanda Potencial

Introducción

Habiendo analizado ya la oferta y la demanda turística provincial, así como también el marco legislativo vigente, en los capítulos 1 a 3 de este Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Formosa, se presenta el capítulo relativo a la identificación de la demanda potencial del turismo en la provincia.

Se realizó un estudio cualitativo a través de la metodología de Focus Group a potenciales turistas en los mercados definidos en el párrafo anterior. En este estudio se evaluó la imagen, posicionamiento, hábitos de compra y demanda potencial de la Provincia de Formosa como destino turístico. Además, se trató de identificar segmentos y nichos de intereses especiales, con el objeto de contar con información que permitiera diseñar productos turísticos.

Para la implementación de esa tarea se convocó reclutadores locales para realizar la selección y convocatoria de los participantes. Los criterios de selección fueron establecidos por el equipo técnico coordinador de este trabajo. En ese sentido, se decidió convocar a distintos grupos de personas, de diferente edad y sexo, con y sin conocimiento previo del destino turístico objetivo, para evaluar el atractivo de Formosa como destino turístico. Se definieron coordinadores de los focus group, los ejes a trabajar en los grupos focales y los contenidos a desarrollar.

Luego, se elaboró un listado de contactos para cada Focus Group. A tal efecto se elaboraron listas de alrededor de 50 personas, se contactaron telefónicamente y con invitaciones personalizadas a través de correo electrónico.

Se organizaron dos Focus Groups, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), y en la ciudad de Córdoba, por ser éstos representativos de dos destinos emisores nacionales de la mayor significación³. Una vez concluidas las reuniones grupales, se efectuó el proceso de análisis e interpretación de acuerdo a los ejes definidos.

4.1. Identificación de la demanda potencial: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

El Focus Group realizado con una muestra representativa en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) buscó identificar aspectos de Formosa como demanda turística percibida para el centro emisor más importante del país.

Asistentes al Focus Group CABA

³ No se realizó trabajo de Focus Groups en San Pablo, Brasil, por diversos motivos. Ante todo, por tratarse de un centro emisor del extranjero que no ha registrado flujos de visitantes en la provincia de Formosa, según los datos disponibles acerca de visitantes a la provincia. Tampoco se lo considera un centro emisor con potencial hacia la provincia. Por otra parte, razones de índole de alcance financiero relacionadas con el proyecto, a lo que se suman ciertas restricciones vigentes en el país para realizar pagos en divisas al exterior, han desalentado el avance de un estudio sobre San Pablo, Brasil.

Se invitó a 60 personas, comprometiendo su asistencia, habiendo asistido finalmente 44 personas. La duración del encuentro fue de cuatro horas. Se convocó a distintos grupos de personas, de diferente edad y sexo, entre 18 y 65 años, residentes en la CABA y en cuatro partidos del conurbano bonaerense (Lanús, Quilmes, Vicente López y San Martín), algunas con y otras sin conocimiento previo del destino turístico objetivo. Se consideró convocar gente del área metropolitana de Buenos Aires, no sólo de la CABA, por ser éste en realidad el gran centro emisor de turismo doméstico en la Argentina.

Ejes del trabajo

- Percepción general de Formosa como destino turístico.
- Conflictos derivados de la fuerte estacionalidad del destino.
- Conocimiento de la oferta de los atractivos turísticos.
- Auto evaluación de la oferta de los atractivos turísticos.
- Características de la demanda actual desde el área metropolitana de Buenos Aires.
- Características de la demanda potencial desde el área metropolitana de Buenos Aires.
- Potencialidades y déficit detectados.
- Rol del Estado en la infraestructura turística, sobre todo de transporte aéreo y terrestre hasta Formosa.
- Percepción del tipo de turismo en Formosa (aventura, ecológico, familiar, de negocios, etc).
- Principales conflictos y potencialidades detectados en relación a la actividad turística.
- Expectativas de desarrollo de Formosa como destino turístico.

	FOCUS GROUP CABA	Motivaciones
1	Imagen de Formosa como destino turístico	Qué imagen tiene de Formosa como destino turístico?
2	Conocimiento previo de la provincia	Fue alguna vez de turista a Formosa, por que motivo?
3	Conocimiento previo de la oferta turística	Conocen la oferta turística de Formosa? Cómo se compara con el resto de los destinos turísticos del país?
4	Percepción de la demanda actual	Cómo definirían la demanda de turismo de Formosa? Qué tipo de turistas saben que van a Formosa? Piensa que se satisface la demanda de los turistas?
5	Estacionalidad del destino	En que periodos del año visitaría Formosa?
6	Marketing y publicidad del destino	Qué conocimiento tiene del destino y porqué?
7	Perspectivas	Cómo ven a Formosa turística dentro de 10 años?

Participación en el Focus Group

En líneas generales se pudo apreciar:

- Mucho interés en conocer el proyecto Formosa por el cual fueron convocados.
- Alto grado de participación por parte de los asistentes.
- Sin conocimiento de los participantes entre sí.
- Alto grado de acuerdo entre los participantes respecto a la mayoría de las temáticas planteadas (a excepción de temas e ideas puntuales).
- Poco o bajo conocimiento previo acerca de la provincia de Formosa, y de sus atractivos turísticos.
- El atractivo que más han escuchado es el Parque Nacional Río Pilcomayo, o el río Pilcomayo.
- Espacio de desarrollo de la reunión adecuado.

Principales resultados del Focus Group en CABA

Respecto a los ejes trabajados, se lograron los objetivos previstos. Se evidenciaba por parte de los participantes una gran avidez de expresión, lo que confirmaba que dichos ejes representaban un tema de interés relacionado con el turismo en Formosa.

En todos los casos se observó que las opiniones manifestaban conocimiento de los viajes y el turismo, producto de su experiencia en viajes a lo largo del país.

Entre los temas que presentaron mayor preocupación o conflicto con respecto a Formosa, se pueden mencionar los siguientes:

- Conocer la oferta turística de la provincia, de la cual se coincide es casi desconocida.
- De los presentes, ninguno había visitado la provincia en su vida.
- No obstante, algunos, especialmente jóvenes, conocen gente que la visitó y se llevó una buena impresión.
- Es una de las últimas provincias que se visitaría.
- Restricciones al turismo por la alta estacionalidad y los límites que impone el verano y el calor sobre el turismo.
- Infraestructura hotelera, desconocida.
- Infraestructura de transporte y conectividad en la provincia desconocida.
- Formosa sería un destino final de turismo. Asunción no es un atractivo que justifique viajar a Formosa como escala turística.
- Desconocimiento de ejes de desarrollo turístico en la provincia.

Entre los temas que fueron identificados como potencialidades con respecto a Formosa, se pueden mencionar los siguientes:

- Provincia nueva como destino turístico, lo que le otorga un factor dinámico y un efecto sorpresa en el mercado.
- Aparente atractivo natural y ecológico que supera las previsiones por desconocimiento.
- Infraestructura de transporte mejor a la imaginada.
- Atractivos posibles que justificarían una estada de más de dos días, que es lo imaginado previamente a la discusión del Focus Group.

- Destino con potencialidad dentro de 10 años, y quizás antes también.



Percepción general de Formosa como destino turístico: algunas frases del Focus Group de CABA

La percepción general es que se trata de un destino turístico desconocido, pero con algún potencial.

“Lo imagino como un lugar lejano, natural, virgen, con poco desarrollo. Eso lo hace diferente a todo en la Argentina”.

“Es un destino lejano de Buenos Aires en automóvil, tendría que conocer excelentes atractivos turísticos para ir en auto con mi familia”.

“Es una de las pocas provincias que no conozco, y por ahora no tengo planes de hacerlo. Esto es porque no se qué destinos turísticos ofrece, no escucho ni veo promociones turísticas de la provincia, no se que ofrece”.

“No se bien que combinaciones turísticas podría realizar en esa parte del país. Lo asocio con Chaco, y no parecen destinos atractivos para viajar”.

“En la actualidad es ampliamente superado en conocimiento turístico por Salta, la Quebrada de Humahuaca y las cataratas del Iguazú, en el norte. Hoy me parece que no es una opción”.

“Tienen un parque nacional en el río Pilcomayo, ya conozco muchos parques nacionales, sobre todo en la Patagonia, pero no se que hay en Formosa”.

“Supongo que falta infraestructura adecuada (camino, servicios, información adecuada al turista), lo que hoy le quita el carácter de destino turístico”.

“El destino no tiene publicidad, no te enterás que oferta tiene Formosa”.

“Conozco gente que viaja por negocios, vinculado mayormente con el sector público”.

“Debe ser una provincia pobre, y no se si tendrá servicios adecuados para el turismo. De todos modos, parece ser una provincia natural, con lo cual los atractivos naturales deben ser buenos”.

“Creo que Formosa es un lugar naturalmente hermoso que puede llegar algún día a ser destino turístico, hoy no podemos considerarlo destino turístico pues no está promocionado ni en las agencias de viajes, ni en los medios de prensa ni diarios nacionales”.

“Para los porteños puede ser un destino de oxigenación, pues parece que todo es muy natural, hay muchos ríos y bosques y selvas”.

“Vacaciono en verano, y en esa época no iría a Formosa. Puede ser una opción para el turismo de invierno, si compite por precio y calidad con Salta y Jujuy, o como alternativa al turismo de nieve en la Patagonia”.

4.2. Identificación de la demanda potencial: Ciudad de Córdoba

La Ciudad de Córdoba, que ocupa el segundo lugar en concentración poblacional del país, se presentó como idónea para evaluarla como una potencial demanda turística de la provincia de Formosa.

El Focus Group realizado con una muestra representativa en la ciudad de Córdoba (CBA) buscó identificar aspectos de Formosa como demanda turística percibida para uno de los centros más importantes del interior.

Asistentes al Focus Group CBA

Se esperaba alrededor de 25 personas, de las cuales asistieron finalmente 21, y trabajaron en grupos de cuatro o cinco. Las personas que asistieron presentaron un amplio rango etario entre los 19 y 60 años. La gran mayoría es residente de la ciudad de Córdoba y el resto del Gran Córdoba (barrios cerrados en La Calera). Solo una persona presentaba unos pocos conocimientos previos del destino turístico objetivo. Todas realizaron más de

un viaje turístico por el interior del país y además la mayoría estaba en plena planificación turística para semana santa (dentro del país). La duración total de la reunión fue de 3 horas y media.

Ejes del trabajo

- Percepción general de Formosa como destino turístico.
- Conflictos derivados de la fuerte estacionalidad del destino.
- Conocimiento de la oferta de los atractivos turísticos.
- Auto evaluación de la oferta de los atractivos turísticos.
- Características de la demanda actual desde Córdoba.
- Características de la demanda potencial desde Córdoba.
- Potencialidades y déficits detectados.
- Rol del Estado en la infraestructura turística, sobre todo de transporte aéreo y terrestre hasta Formosa.
- Percepción del tipo de turismo en Formosa (aventura, ecológico, familiar, de negocios, etc).
- Principales conflictos y potencialidades detectados en relación a la actividad turística.
- Expectativas de desarrollo de Formosa como destino turístico.

Dinámica de trabajo del Focus Group: preguntas motivadoras asociadas

Focus Group CBA	Preguntas Asociadas
Percepción general de Formosa como destino turístico	¿Conocen a Formosa como destino turístico? ¿Qué mirada general tienen de Formosa como destino turístico? Es decir, si fueran turistas

	¿Cómo lo verían a Formosa?
Conocimiento de la provincia	¿Fue alguna vez de turista a Formosa? ¿Motivo del viaje?
Oferta de los atractivos turísticos	¿Conocen la oferta turística de Formosa? ¿Cómo se compara con el resto de los destinos turísticos del NEA? ¿En qué se diferencia? ¿Es todo lo mismo?
Características de la demanda actual	¿Cómo definirían la demanda de turismo de Formosa? ¿Qué tipo de turistas conocen que vayan a Formosa? En cuanto a consumo, ¿Piensan que satisfacen la demanda de los turistas?
Potencialidades y déficits detectados	¿Lo ven como un destino atractivo? ¿Tiene potencialidades y/o déficits a la vista?
Estacionalidad del destino	¿Cuáles son los conflictos relacionados?
Rol del Estado	¿Conocen el rol del Estado apoyando al turismo y la infraestructura y conectividad?
Tendencias y potencialidad	¿Cómo ven a Formosa turística dentro de 10 años?

Participación en el Focus Group

En líneas generales se pudo apreciar:

- Poco interés sobre la provincia cuando se les consultó por la misma, incrementándose éste a medida que avanzaba la reunión. De todas

maneras, algunas personas se mostraron interesadas por el proyecto desde el comienzo.

- Mayor interés en conocer a Formosa como potencial destino turístico.
- Alto grado de participación por parte de los asistentes.
- Gran conocimiento de los participantes entre sí.
- Total acuerdo entre los participantes en las temáticas planteadas.
- Bajo o nulo conocimiento previo acerca de la provincia de Formosa como atractivo turístico.
- El atractivo que más han escuchado es el Parque Nacional Río Pilcomayo.
- Poco conocimiento sobre la provincia de Formosa y de su posible oferta turística.
- Respuestas y opiniones similares en la mayoría de los entrevistados. Analizando casos individuales se observaron algunas ideas y planteos interesantes.

Principales resultados del Focus Group en CBA

Respecto a los ejes trabajados, se lograron los objetivos previstos. Fue interesante que algunos de los temas propuestos en los ejes surgieran espontáneamente del grupo sin que fuera necesario que el moderador introdujera el tema en cuestión. Esto prueba que los ejes planteados eran los relevantes. Todos los presentes presentaron grados de conocimientos de los temas relacionados a turismo y viajes dentro y fuera del país gracias a una vasta experiencia previa.



Sin embargo, casi nadie conoce a Formosa como destino turístico. Uno de los participantes acotó que es la única provincia del país que aún no conoce (y hay destinos que ha visitado más de una vez). Solo uno estuvo en Formosa y una sola vez. Por razones deportivas recreativas. Nadie conoce a personas que hayan viajado a Formosa por motivos turísticos.

No conocen gente que haya ido, aunque en dos casos se mencionaron personas conocidas que son provenientes de Formosa.

No existe ningún conocimiento de la oferta de turismo de Formosa. Dicen no poder comparar con el resto del NEA porque no tienen suficientes conocimientos del lugar.

Dos personas reconocieron la existencia del parque nacional río Pilcomayo como oferta turística. Una de ellas además destacó al bañado La Estrella como un lugar para realizar turismo ornitológico (avistaje de aves).

Se quejan de que la falta de existencia de infraestructura fuera de la ciudad capital

La mayoría considera que Formosa tiene potencial como destino turístico, sobre todo por el lado ecológico, natural.

Se señaló déficits de infraestructura, distancias. La infraestructura seguramente es insuficiente para atender potenciales demandas turísticas.

Las falencias referentes a la falta de información potencian en gran manera los otros problemas presentes con el destino. Por ejemplo, los participantes no tienen problemas con la distancia si están seguros con lo que se van a encontrar en destino pero es demasiado lejano como para ir a “probar suerte”.

La falta de información también trae aparejado prejuicios y preconceptos. Uno de los participantes asoció muy rápidamente a Formosa con un clima muy caluroso y húmedo aún cuando la mayoría de sus viajes dentro del país no son durante la época estival

Podría potenciarse el ecoturismo, conservación de los espacios naturales.

Sin cambios estructurales, Formosa seguirá siendo lo mismo que ahora. Para poder despegar turísticamente debe realizar cambios de base e importantes.

Los principales atractivos turísticos que debe tener la provincia seguramente estarán relacionados a lo natural (paisajes, ríos, vegetación, etc.) y a lo cultural (comunidades indígenas que habiten la zona). Sin embargo, es vista por la mayoría como un destino menos atractivo que las demás provincias cercanas exceptuando el caso de Chaco, provincia de la que se tiene una opinión similar.

La estacionalidad puede ser un factor importante debido a las altas temperaturas que debe alcanzar la provincia durante el verano.

El rol del Estado parece haber sido insuficiente en cuanto a la promoción del lugar, la infraestructura y conectividad.

Puede ser un posible lugar para visitar en un fin de semana largo, en conjunto con Chaco pero no como escala para ir a otro lado, sino como destino turístico final.

Para algunos, la provincia tiene potencialidades para explotar, sobre todo considerando lo natural como paisajes, ríos, bosques que permitan realizar distintas actividades que son vistas como atractivas para turistas. Además, el simple hecho de ser una provincia desconocida le otorga cierto grado de atrayente, ya que lo desconocido puede ser interesante per se.

Para otros, Formosa tiene más déficits que potencialidades, haciendo a alusión a la pobre infraestructura, a la poca publicidad y promoción, a su desconocimiento y a la pobreza en general con la que convive.

Percepción general de Formosa como destino turístico: algunas frases del Focus Group de CBA

La percepción general es que se trata de un destino turístico desconocido, pero con algún potencial. Algunas de las frases relevadas son las siguientes:

“Es la única provincia argentina en la que no he estado.”

“Se trata de una provincia esencialmente pobre y desconocida”

“La oferta turística de la provincia es desconocida”

“La falta de información es sustancial.”

“El exceso de calor en el verano limita las posibilidades.”

“Formosa no presenta un atractivo suficiente que justifique realizar semejante viaje.”

“No resulta seductor.”

“Podría ser una alternativa turística para algunos grupos de edades distintas e intereses naturales en Córdoba”

“Si se promociona el destino puede ser atractivo, hoy no conocemos bien que hay allá. Si da para varios días, vale la pena”.

“Puede ser atractivo como turismo de aventura”.

“Clima agobiante, altas temperaturas, humedad.”

“La gente joven se quiere divertir y no sabe con lo que se encontrarán allá.”

“Se asocia Formosa con mucha pobreza, mucha desigualdad.”

“Las temperaturas, las distancias, la poca infraestructura, la falta de promoción, no existe incentivo que justifique el viaje.”

4.3. Conclusiones: potencialidad de la demanda turística en la provincia de Formosa

Los dos Focus Groups de estudio de demanda turística realizados en los dos principales centros emisores de turistas del país arrojaron una serie de conclusiones comunes, que se detallan a continuación:

- Manifiestan no conocer la oferta turística de la provincia
- Casi ninguno ha visitado la provincia en su vida.
- Es una de las últimas provincias que se visitaría,
- Estos aspectos denotan cierta falta de una promoción del destino.
- La falta de información trae aparejado prejuicios y preconcepciones. Uno de los participantes asoció muy rápidamente a Formosa con un clima muy caluroso y húmedo aún cuando la mayoría de sus viajes dentro del país no son durante la época estival.
- Ven restricciones al turismo por la alta estacionalidad, el verano y el calor.
- Infraestructura hotelera, de transporte y conectividad en la provincia desconocida.

- Formosa sería un destino final de turismo. Asunción no es un atractivo que justifique viajar a Formosa como escala turística.
- Aparente atractivo natural y ecológico que supera las previsiones por desconocimiento. Atractivos posibles que justificarían una estada de más de dos días.
- Algunos reconocen la existencia del parque nacional Río Pilcomayo como oferta turística.
- La mayoría considera que Formosa tiene potencial como destino turístico, sobre todo por el lado ecológico, natural.
- Para poder despegar turísticamente debe realizar cambios importantes.
- Puede ser un posible lugar para visitar en un fin de semana largo, en conjunto con Chaco pero no como escala para ir a otro lado, sino como destino turístico final.
- Formosa tiene más déficits que potencialidades, manifestaron otros, haciendo a alusión a la pobre infraestructura, a la poca publicidad y promoción, a su desconocimiento y a la pobreza en general con la que convive.

En suma, el estudio de demanda arroja que la provincia no es conocida como destino turístico, pero que puede tener un alto potencial, aparentemente, pues los participantes de los Focus Groups creen que tiene atractivos naturales.

Anexo 5: Elaboración del Diagnóstico de Opinión

Teniendo como clara premisa que la elaboración de un plan estratégico requiere de acciones de trabajo de carácter participativo y de consenso entre los diferentes ámbitos locales, de manera tal de asegurar la viabilización y sostenibilidad del proyecto final, se estimó necesario contar con espacios que reunieran a los distintos actores del sector, tanto del ámbito público como privado, con el objeto de trabajar en forma conjunta las distintas temáticas que orientaran la acción para el logro del objetivo deseado.

Introducción

Para ello, esta tarea comprendió la implementación de cuatro talleres que reunieron a diferentes actores del sector y referentes locales, con una asistencia superior a las 20 personas en cada uno de ellos, y una duración promedio de 5 horas de trabajo para cada actividad. Los mismos se realizaron durante el 6^a mes de iniciado el proyecto, marzo de 2013.

El diseño e implementación de los talleres ha sido competencia del equipo de trabajo de la presente asistencia técnica, en tanto que la convocatoria, los espacios y el equipamiento y logística necesarios para su desarrollo fueron coordinados por el Ministerio de Turismo de la provincia.

El trabajo contemplaba originalmente la realización de talleres participativos, en Formosa (2), Pirané (1) y Clorinda (2), las tres ciudades de mayor población de la provincia. Según nota nro 171/12 firmada por el Ministro de Turismo de la Provincia de Formosa el 18 de diciembre de 2012 (ver Anexo), se solicitaron algunos cambios en relación con los talleres. Primero, se propuso realizar un taller adicional en Las Lomitas, dado el atractivo mayor del Bañado la Estrella, como así también un taller en Laguna Blanca –sede de la fiesta del pomelo y

base del Parque Nacional Río Pilcomayo, y relativamente cerca de Clorinda-, por ser el centro turístico de mayor envergadura en el noreste provincial. Luego, el esquema de talleres participativos realizados fue el siguiente:

5.1.- 1ª Taller en la ciudad de Formosa, con participación también de actores de Herradura.

5.2.- 2º Taller en la ciudad de Pirané, con participación de actores de El Colorado, Pozo del Tigre y otras localidades.

5.3.- 3º Taller en la ciudad de Las Lomitas, con participación de actores de localidades vecinas y de la comunidad Campo del Cielo (pilagás).

5.4.- 4º Taller en la ciudad de Laguna Blanca, con participación de actores de Clorinda y de localidades vecinas.

Para el informe referido a la presente tarea, el equipo de trabajo ha incluido dentro de la información a elevar, la nómina de participantes en cada taller con datos de identidad, DNI, e-mail, y actividad, cargo o rol en la comunidad. También se tomó registro fotográfico de las actividades de cada taller.

Metodología utilizada en los talleres participativos en la provincia de Formosa

Para realizar los talleres participativos, se identificaron los actores sociales vinculados a la actividad turística en la provincia, a partir del consenso entre los consultores a cargo de este trabajo y los funcionarios del Ministerio de Turismo de la Provincia, que realizaron la tarea de convocatoria.

Como se señaló, para los distintos talleres se invitó a actores de Formosa, Pirané, Las Lomitas, Laguna Blanca, Clorinda, Herradura, El Colorado, etc,

como así también a personas vinculadas con el turismo proveniente de otras ciudades de la provincia.

Las procedencias de los participantes fueron variadas, a saber: empresarios del sector privado, funcionarios del sector público de distintos niveles de gobierno y áreas, y diferentes miembros de las comunidades locales, ONGs, Parques Nacionales, comunidades aborígenes, etc.

La metodología consistió en realizar un trabajo de taller con una motivación inicial presentando los alcances y objetivos del PETSF, comentando lo realizado en la primera etapa y los objetivos del trabajo final. Luego se invitó a los asistentes a agruparse por tres tipos de grupos de pertenencia: *comunidad local, sector privado no empresario, ONGs; sector empresario, y Sector Público (Provincial, Municipal y Nacional)*. Cada grupo debió identificar Conflictos, Potencialidades y Propuestas para la provincia y su micro-región de pertenencia.

Una vez terminadas las reuniones grupales, se efectuaron las correspondientes conclusiones de aportes, para luego pasar el equipo consultor al proceso de análisis e interpretación de acuerdo a los ejes definidos previamente.

Ejes a considerar en los talleres

Se confeccionó un listado de ejes temáticos a desarrollar en los talleres, de modo de organizarlos en función de los objetivos previstos.

a.- Eje comunidad local, sector privado no empresario, ONGs

- Pertenencia a Formosa
- Percepción de la provincia como lugar de turismo
- Percepción de la actividad turística
- Percepción del incremento del turismo
- Caracterización de la identidad local.
- Impactos de la actividad turística en la sociedad local.
- Participación en fiestas turísticas locales y provinciales fuera de su lugar de residencia.
- Estacionalidad del turismo local.
- Grado de integración con la comunidad local.
- Principales conflictos y potencialidades detectados en relación a la actividad turística.
- Expectativas de desarrollo de su lugar como destino turístico
- Relación con el Estado provincial y municipal.
- Principales demandas de soporte por parte del estado provincial y municipal.
- Auto evaluación de la oferta artesanal local.
- Demanda turística relacionada a artesanías.
- Aspectos satisfechos y no satisfechos.
- Modalidades de marketing utilizadas actualmente.
- Disponibilidad de espacios físicos para la exhibición y comercialización.
- Disponibilidad de medios de capacitación en oficios artesanales.
- Integración social derivada del turismo.

b.- Eje sector empresario

- Percepción general como destino turístico.

- Conflictos derivados de la estacionalidad del destino
- Auto evaluación de la oferta de los atractivos turísticos.
- Identificación de atractivos no explotados
- Características de la demanda (satisfecha y no)
- Evaluación de la estrategia de marketing existente (si la hubiera)
- Potencialidades y déficit detectados.
- Necesidades de apoyo por parte del Estado Provincial, Municipal, y también Nacional.
- Auto evaluación de la propia oferta como empresarios.
- ¿Cree que el turista se va satisfecho? ¿Se realizó o realizan encuestas de satisfacción?
- Disponibilidad de RRHH
- Vinculación de la oferta educativa con el turismo.

c.- Eje Sector Público (Provincial, Municipal y Nacional)

- Percepción de la actividad turística.
- Principales situaciones de déficit detectadas.
- Expectativas de desarrollo provincial y local en cuanto a la faz turística.
- Identificación de posibles acciones para vincular la oferta educativa al turismo.
- Impacto de flujos turísticos en la prestación de servicios de salud.
- Situación de los servicios esenciales. (agua, cloacas, electricidad, gas, telefonía, Internet)
- Impacto del turismo sobre estos servicios, especialmente en temporada alta.
- Proyectos e iniciativas en curso relativos a estos temas.
- Integración social.

- Servicios provinciales y municipales relativos a Turismo (información turística, fiscalización y control de actividades, etc.)
- Funcionamiento y localización de las áreas de información turística.
- Información gráfica, digital, folletería disponible.
- Situación de la señalética turística en el Municipio
- Coordinación y cooperación con el gobierno provincial
- Coordinación y cooperación con los operadores privados
- Principales conflictos, limitaciones o condicionantes existentes
- Niveles de capacitación del personal
- ¿Cuál es su relación con otras localidades cercanas?
- ¿Realiza reuniones frecuentes con el sector privado y público?
- ¿Cree que el turista se va satisfecho? ¿Se realizó o realizan encuestas de satisfacción?
- ¿Han incorporado en su gestión o en proyectos privados el concepto de turismo sustentable?

5.1.- 1ª Taller en la ciudad de Formosa

➤ Fecha, lugar y asistencia

Fecha: 14 de marzo de 2013, de 17 a 22 hs.

Lugar: Hotel Internacional de Turismo, salón Río.

Asistencia: 39 personas. Formosa, 17; Herradura, 21; El Colorado, 1.

➤ Listado de participantes

Taller en la ciudad de Formosa			
Datos de filiación	D.N.I.	E-Mail	Lugar de trabajo/Profesión
Armedo Carlos F.	8.230.036	turismo@bermejo.com.ar	INTA- El Colorado
Baez José de Carmelo	11.831.343		Herradura-Laishi
Baureo Gilberto	62.62.782	gbaureo@gmail.com	Formosa
Bregant Diego	25.889.351	formosareceptiva@hotmail.com	Técnico en Turismo- Formosa
Caballero Ana María	10.953.178		Herradura-Laishi
Calderoli Mario	14.031.692		Herradura-Laishi
D. Genes Daniel	93.353.496		Herradura-Laishi
De Valentini Corina	35.488.135	corinadevalentini@yahoo.com.ar	Guías Karaguatá- Formosa
Demarchi Juan Agustín	30.776.748	info@campolacarmela.com.ar	Lic. Turismo- Formosa
Dominquez Federico	23.988.650	info@dominguezexcursiones.com	Dominguez Excursiones
Duarte Gabriela	33.544.362	plaza_formosa@hotmail.com	Hotel Plaza
Duarte José	14.254.493		Herradura-Laishi
Duarte José Maximiliano	38.191.887	maxi.d9@hotmail.com	Herradura-Laishi
Duarte Rodrigo	34.485.050	rodrigoduarte85@live.com	El Kincho Herradura
Eichenberg Roberto	13.813.033		Herradura-Laishi
Evangésto Jaro	30.133.688		Herradura-Laishi
Falcón Sergio E.	26.710.806	sergiofalcon78@hotmail.com	Casa de la Artesanía- Formosa
Falcón Víctor E.	8.230.492		Casa de la Artesanía- Formosa
Fruhwald	33.481.952	fruhwald_turismoyaventura@hotmail.com	Herradura
Fruhwald Ricardo	14.632.168	fruhwaldturismoyaventura@hotmail.com	Herradura
García Adriana	21.993.243	garcia.adriana302@gmail.com	Guías Karaguatá- Formosa
Gómez Juan Carlos			Intendente de Herradura
Gómez Katia	33.590.088	gomez.kath@hotmail.com	Guías Karaguatá- Formosa
Gomez Rocio	43.453.018		Herradura-Laishi
Izwardo Freddy	16.168.024	fizwardo@hotmail.com	Turismo Aventura- Formosa
Jara Olga	12.168.662	www.posadapirayui.com.ar	Posada Pirayui- Formosa
López Cecilia V.	13.099.490	cecilia_2306_90@hotmail.com	Guías Karaguatá- Formosa
Ocampo Rede Ariel	29.324.461	avesdeformosa@argentina.com	Itaquató- Formosa
Ortega Amado	8.222.047		Formosa
Ortegado Bienvenido			Herradura
Palacios Ramona	22.840.022	ramona1932@live.com.ar	Laishi. Técnica Superior en Turismo
Pérez Roque	27.125.723		Transporte de Pasajeros- Formosa
Rolon Hugo Orlando	25.699.763	hugorol@hotmail.com	Carrera de Turismo- Formosa
Rosales Marta Beatriz	12.773.463	orguideas-herradura@hotmail.com	
Rubiano Roberto		gonrubi@arnet.com.ar	Finca Don Victorio
Salazar Julio C.	14.900.052	juliocesar_salazar@yahoo.com	Turismo Aventura- Formosa
Samaniego Sandia Karina	25.324.461	avesdeformosa@argentina.com	Itaquató- Formosa
Sánchez Hector Luis	12.223.293		Herradura-Laishi
Saporiti Reinaldo	8.373.652	corvinaderio@hotmail.com	Jefatura de Gabinete Asesor- Herradura
Torales María Cristina	20.002.352	cris.dan@hotmail.com	

➤ Resultados del taller: Potencialidades, Conflictos y Propuestas

✓ Potencialidades

- I. Posicionar a Formosa como destino de turismo sustentable.
- II. Oportunidad de planificar el desarrollo del turismo en Formosa.
- III. Actualmente se está generando más apoyo a los recursos humanos.
- IV. El turismo en Formosa está en crecimiento pero en forma cíclica.
- V. Turismo como identidad
- VI. Destinos no explotados
- VII. Positiva percepción como destino turístico.

- VIII. La naturaleza propia.
- IX. Estado Nacional y provincial ya vienen apoyando al turismo.
- X. Existe un nuevo Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de la Micro-Región de Herradura y su área de influencia (2012).
- XI. Gran oportunidad para la ampliación de la infraestructura de Herradura destinada a turistas.
- XII. En Herradura hay potencialidad turística y natural, cuenta con cabañas, posadas, camping, servicio de turismo aventura, gastronomía, guías de pesca y paseos náuticos.
- XIII. Herradura tiene un turismo pausado y ecológico. Se puede hacer turismo todo el año.
- XIV. Gran puesta en valor de la ciudad de Formosa con atractivos nuevos para el turista: centro comercial, casa de artesanías, paseo costanera, mirador, restaurantes, nuevos establecimientos hoteleros, casino.



✓ **Conflictos**

- I. La escasa demanda limita el desarrollo de la oferta.
- II. Falta de información de la demanda en cuanto a la publicidad.
- III. Baja oferta educativa ligada al turismo.
- IV. Falta de cámara de turismo.
- V. Falta de asociatividad entre privados y público-privados.
- VI. Falta de infraestructura para el turista en algunos lugares: Bañado La Estrella.
- VII. Falta de transporte privado y público, y accesos.
- VIII. Regulación de hoteles.
- IX. No existe un folleto síntesis con los atractivos de la provincia.
- X. Falta de capacidad hotelera.
- XI. Poca integración de la población al turismo.
- XII. Falta de una ley de turismo.
- XIII. Falta señalética específica en toda la provincia.
- XIV. Estacionalidad marcada.
- XV. Distancia larga entre destinos turísticos que encarece la oferta.
- XVI. Ampliar planta potabilizadora y red domiciliaria de agua.
- XVII. No hay encuestas de satisfacción del turista.
- XVIII. En Herradura no hay cajero automático ni estación de servicio.
- XIX. En Herradura la tensión de la luz es muy baja.



✓ **Propuestas**

- I. Plan de marketing enfocada a la demanda
- II. Ley de turismo aplicable en municipios.
- III. Accesibilidad a Laguna Oca. Asegurar acceso camino más transporte público y privado.
- IV. Mesa de trabajo público-privado
- V. Turismo como materia en la escuela, valores y refuerzo en la secundaria, para crear concientización turística.
- VI. Incrementar la cantidad de cabañas para alojamiento.
- VII. Incorporar espacios sombreados en la nueva costanera.
- VIII. Vincular el sector privado con las escuelas.
- IX. Acciones de promoción y comercialización directas a nichos de mercado adecuados.
- X. Mejorar la señalética específica en toda la provincia.

XI. Aplicar algunas de las propuestas del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de la Micro-Región de Herradura y su área de influencia. Los principales proyectos del Plan Estratégico de Herradura son:

- a) Sensibilización turística
- b) Organización e implementación de cursos cortos semi-presenciales.
- c) Diseño e instalación de una feria de artesanías y gastronomía.
- d) Catálogo de productos.
- e) Proyecto de promoción turística.
- f) Proyecto de comercialización en Herradura y su área de influencia.
- g) Proyecto de fortalecimiento institucional.
- h) Delimitación línea de la ribera.
- i) Defensas definitivas contra inundaciones.
- j) Proyecto red eléctrica.
- k) Proyecto red de agua potable.
- l) Proyecto de planta de tratamientos de residuos urbanos.
- m) Proyecto de acondicionamiento vial.
- n) Parque lagunar y retardador pluvial.
- o) Plazoleta avenida.
- p) U.G.E.D.S. Unidad de gestión ambiental y educación.
- q) Proyectos de informes turísticos.
- r) Proyecto de pileta con pasarela flotante.
- s) Proyecto de ferias francas.
- t) Proyecto de juegos para niños “Chuqui Cue”.
- u) Anteproyecto Complejo Herradura: En el banco Ortellado, frente a la playa, construir muelle, playa, embarcadero,

mirador, confitería, comedor, sanitarios, vestuarios, circulaciones, paseos, piscinas, solárium, proveduría, cabañas, quinchos y electricidad.

5.2.- 2º Taller en la ciudad de Pirané

➤ Fecha, lugar y asistencia

Fecha: 15 de marzo de 2013, de 9 a 13.30 hs

Lugar: Pirané, Salón El Paraíso.

Asistencia: Total 50 personas al inicio, en los talleres, 29. Pirané, 24; El Colorado, 3; Pozo del Tigre, 1, Villa 213, 1.



➤ **Listado de participantes**

Taller en la ciudad de Pirané			
Datos de filiación	D.N.I.	E-Mail	Lugar de trabajo/Profesión
Aboueid Georges Alan	33.509.965	yoyusand@hotmail.com	Técnico en Turismo y Chef
Aboueid Salún	16.122.086	sallmaboueid@hotmail.com	Municipio Pozo del Tigre
Agonil Elba	14.613.268		Municipalidad- Pirané
Amarilla Ofelia	11.945.172	ofeamarilla@hotmail.com	Asociación Civil "F.E.S."- Pirané
Basualdo Lorena	24.604.211	walordauba@hotmail.com	Dirección Turismo Municipal- Pirané
Bralard Mirna Ruth	13.972.034	mimaruthbralard@hotmail.com	Subsecretaría de Desarrollo Social
Cazal Ana María	17.240.154		Municipalidad- Pirané
Chopeno Luis	14.889.344		Empleado Municipal
Cilio Mirtha	1.761.923	cil.3704652203	Asociación Civil "F.E.S."- Pirané
Cometto Telmo	5.269.028		Concejal- Pirané
Cortez Emmanuela	33.072.356	eec072@hotmail.com	promotora-Asesora Turismo Rural- INTA, El Colorado
Goanes Miquel	22.409.471		Remisero
Gomez Claudia	18.126.838		Defensa al Consumidor
Gómez Simón Oscar	12.358.809	papingomez@yahoo.com.ar	Secretario de Cultura y Turismo- El Colorado
Ibarlucea Ma. Andrea	31.997.204	mabic2002@hotmail.com	INTA- El Colorado
Labarthe Hector E	8.221.415	cil.3704461594	Asociación Civil "F.E.S."- Pirané
Lezano Carlos Javin			Empresa de servicio
López Gustavo Ariel	26.637.606	loguar@yahoo.com.ar	Análisis de Sistemas
Martinez Paulina	12.758.137		Defensa al Consumidor
Martinez Romina	33.152.279		Municipalidad- Pirané
Miranela Ximena	26.320.844	ximenamiranelas@hotmail.com	Promotora-Asesora Turismo Rural- INTA, El Colorado
Montoya Dalana	34.997.519		Comerciante
Morel Orlando Sant	23.988.018		Comerciante
Palacio Pamela Noemi	35.490.282		Municipalidad- Pirané
Palacios Antonia A.	11.945.417	antonia_palacios@yahoo.com.ar	MDS de la Nación
Palacios Máximo	11.945.514		Remisero
Palacios solvona M.	11.945.477		Municipalidad- Pirané
Pino Carina P.	27.970.620		Municipalidad- Pirané
Ramirez Dora Esther	12.429.331		Municipalidad- Pirané
Ramirez Zunilda M.	13.972.122	zuni_ramirez@hotmail.com	Alojamiento Hotelero-
Ruadima Oscar	23.002.125		Director Producción- Pirané
Stevens Luis	10.990.462		Radio Municipal
Toledo Norma	11.706.180		Municipalidad- Pirané
Velazco Ruth	34.065.926		Comerciante
Vera Felida	16.074.714		Municipalidad- Pirané
Villaviencio Jose A.	23.491.746		Docente en la E.A.P. n°8

➤ **Resultados del taller: Potencialidades, Conflictos y Propuestas**

✓ **Potencialidades**

Sector Público

I. Turismo rural y de aventura

- II. Creación de una reserva natural de flora y fauna
- III. Desarrollar el turismo en base a la industria de la madera y la producción ganadera y agrícola.

ONGS

- I. Transporte
- II. Accesibilidad, rutas.
- III. Desarrollar la cultura rural.
- IV. Desarrollar las industrias de la madera en Pirané y el viñedo en El Colorado para el turismo.
- V. Naturaleza y RR.NN. sin intervención del hombre.
- VI. Comunidad local.
- VII. Corredor turístico rural y de la madera en la ruta provincial 3.
- VIII. Artesanos locales, carpinteros, madera, muebles de algarrobo.
- IX. Doma, folklore, festival, actividades campestres.
- X. Deportes, rally y carreras.

Sector Empresario

- I. Festival Provincial del Folklore con 47 años de ediciones ininterrumpidas. Pre-Cosquín. Alrededor de 80.000 personas en edición 2012.
- II. Transporte
- III. Accesibilidad
- IV. Plazas y espacios verdes
- V. Concientización de la población local
- VI. Lugares aptos para el desarrollo del turismo rural y de aventura, avistaje de fauna y flora.

✓ **Conflictos**

Sector Público

- I. Política turística positiva pero insuficiente para la región
- II. Falta de comunicación entre actores locales y oficina de información de Turismo.

ONGS

- I. Falta de un espacio o predio amplio para festivales locales, con escenario cubierto.
- II. Problema de falta de capacitación de los atractivos de Formosa por la distancia con respecto a ellos y desconocimiento de la población local.
- III. Falta de un centro cultural, donde también se capacite y contenga a niños, jóvenes y adultos.
- IV. Falta de remises y transportes locales, y de regulación tarifaria.
- V. Capacitación insuficiente para atender los eventos turísticos.
- VI. Problemas de financiamiento a pequeños emprendimientos culturales y turísticos.

Sector Empresario

- I. Falta de capacitación.
- II. Falta de concientización turística.
- III. Financiamiento escaso
- IV. Superposición de fiestas. En noviembre, en 20 días, se superponen fiestas en Pirané (fiesta provincial del folklore Pre-Cosquín, expomadera, aniversario).

✓ **Propuestas**

- I. Mejoramiento de la página web de la provincia con mayor comunicación, con información de lo local.
- II. Implementación de una política turística y de capacitación a población local.
- III. Para Pirané, más o mejor distribución de los festivales locales.
- IV. Creación de la ruta turística de la madera.
- V. Festival del Algarrobo se puede crear, junto con la Expomadera.
- VI. Incorporar el turismo rural en las fiestas locales.
- VII. Creación de un centro cultural
- VIII. Creación de un nuevo predio con escenario para festivales locales para el festival del folklore.
- IX. Creación de una reserva natural de flora y fauna
- X. Control de la depredación de la fauna local y de cazadores furtivos.
- XI. Más folletos y mapa de rutas turísticas con indicadores de eventos.
- XII. Personal capacitado para atender al turismo.
- XIII. Turismo rural: desarrollar patrimonio histórico, canotaje, safari fotográfico, visita productiva, ganadería de punta, búfalos.
- XIV. Mayor financiamiento para el sector hotelero y gastronómico con menor tasa de interés.

5.3.- 3° Taller en la ciudad de Las Lomitas

➤ Fecha, lugar y asistencia

Fecha: 15 de marzo de 2013, de 17,30 a 22, 30 hs.

Lugar: Hotel Eva, salón de reuniones

Asistencia: 40 personas. Adultos, 20; alumnos de 5ª y 6ª año de la E.P.E.S. nro 37, 20.

➤ Listado de participantes

Taller en la ciudad de Las Lomitas			
Datos de filiación	D.N.I.	E-Mail	Lugar de trabajo/Profesión
Avila Luciana Ester	39.356.241		Las Lomitas
Bareiro Vicente	13.046.174	vicentico2015@hotmail.com	Bancario
Cabana Soledad	39.719.752		Las Lomitas
Caceres Cristian Alfredo	38.525.778	crislian_caceres30@hotmail.com	Las Lomitas
Córdoba Onesimo	17091250	honny_015@hotmail.com	Policia Formosa
Diaz Paola Noelia	39.318.613		Las Lomitas
Ecuajilla Luciano	8.227.818		Gastronomico
Espinoza Eduar	30.735.365		Gendarmeria Nacional
Figueroa Carlos Fernando	41.283.007		Las Lomitas
Fleita Paola	40.986.617		Las Lomitas
Fleitos Jesus	40.988.833		Las Lomitas
Folosa Nelson	14.037.686	farmaciastyb@hotmail.com	Farmacéutico- Las Lomitas
Frias Alejandra	42.803.021		Las Lomitas
Fujiyano Daigo	Pasaporte Japonés	tujisono@gmail.com	Aq. De Coordinador Interior del Japón-JINCA
Garcia Dellin	10.489.103		Campo del Cielo
Gonzalez Carlos	14.235.724		Campo del Cielo
Gonzalez Daniel	26.008.855		Campo del Cielo
Gutierrez Nibano	10.140.491		Artesania
Justiniano Natalia Raquel	39.318.714		Las Lomitas
Kina Misa		kinamisa203@gmail.com	JWRC
Madrid Alcides Leonides	42.803.030		Las Lomitas
Moreno Ricardo Asunción	14.699.966	entura_bañado_laestrella@argenti	Director de Turismo- Municipalidad Las Lomitas
Olmedo Sergio			Las Lomitas
Padilla Eva	6.535.574		Empresaria
Palavedno José Marcelo	39.902.224		Las Lomitas
Paliza Marcelo Javier	38.192.663		
Pereira Hector Roberto	27.613.127		Profesor en E.P.E.S. n°37- Las Lomitas
Portillo M. Francisca	18.807.155	aguletas@hotmail.com	Gastronomia- Pizzeria Alegui
Riquelme Alejandro M.	36.207.836		Las Lomitas
Rivero Ana	1999800		Comedor Mafalda- Las Lomitas
Rodriguez Tania	38.885.994	tanabetrodriguez_012@hotmail.com	Las Lomitas
Salas Fabian M.	20.055.421	rmanosalasalas68@gmail.com	Gendarmeria Naiconal
Spatarino Carlos	23.133.334	info@eljabiru.com.ar	El Jabiru avisatjes Ecoturismo
Stressel Gabriela Adriana	39.902.267	brieladrianastressel@yahoo.com	Las Lomitas
Tejada Vanesa Malen	39.488.133		Las Lomitas
Testa Alejandro			Las Lomitas
Testa Miguel	39.902.112	chachi096@hotmail.com	Las Lomitas
Tiontiel Lorena	35.490.994		Libreria- Las Lomitas
Torbalan Maribel Analía	39.320.335		Las Lomitas
Torres Meliza	40.986.653		Las Lomitas
Yasuda Masahiro		yassunman@gmail.com	JWRC

➤ Resultados del taller: Potencialidades, Conflictos y Propuestas

✓ Potencialidades

Sector Público (Funcionarios, Gendarmería y Policías)

- I. Bañado La Estrella como atractivo natural
- II. Diversidad, flora y fauna
- III. Medio ambiente inalterado
- IV. Diversidad cultural
- V. Accesibilidad vial y también aérea.

ONGs

- I. Bañado La Estrella, turismo de aventura.
- II. Arroyo Madrejón, con avistaje y canotaje.
- III. Pueblos originarios con su cultura, artesanías: comunidad Campo del Cielo.
- IV. Vincular la producción agropecuaria con el turismo.
- V. Ruta 81 y Ruta 28.

Sector privado

- I. Medio ambiente inalterado.
- II. Ruta nacional 81.
- III. Establecimientos rurales.
- IV. Lugares históricos.



✓ Conflictos

Sector Público

- I. Falta de conciencia de promoción del turismo en los habitantes locales.
- II. Falta de proyectos de turismo.
- III. Centralización.
- IV. Falta de empresas de prestación de servicios turísticos y de transporte.
- V. Falta de educación en el turismo.
- VI. Orientación turística en el secundario, no hay.

ONGs

- I. En el Bañado la Estrella falta infraestructura y servicios sobre la RP 28. Falta sombra, sanitarios, estacionamientos, manejo de residuos, centro de interpretación, embarcadero señalética específica.

- II. Comunidad Campo del Cielo: inseguridad vial en la RP 28, falta cuidar más el agua y la flora y fauna.
- III. Discordancias a nivel político.
- IV. Falta de conocimiento de la demanda.
- V. Falta mostrar la oferta turística.
- VI. Mejorar la infraestructura urbana, pavimentar y la limpieza en los espacios públicos.

Sector privado

- I. RR.HH. insuficientes
- II. Ciudad con carencias de embellecimiento.
- III. Falta de capacitación.
- IV. Mejorar el transporte público.
- V. Electricidad deficiente.
- VI. Telefonía: No hay señal en el Bañado.
- VII. Falta de carteles interpretativos que generen conciencia.
- VIII. Faltan reductores de velocidad.
- IX. Se necesitan acciones conjuntas entre los tres niveles del gobierno.
- X. Falta de una página web del Bañado.

✓ **Propuestas**

- I. Bañado La Estrella: transformarlo de un atractivo a un destino turístico.
- II. Bañado La Estrella: promoción adecuada a nivel nacional.
- III. Bañado la Estrella realizar obras de infraestructura y servicios para el turista sobre la RP 28. Sombra, sanitarios, estacionamientos,

manejo de residuos, centro de interpretación, embarcadero señalética específica.

- IV. Plan de marketing de la región.
- V. Potenciar la fiesta provincial de la Copla.
- VI. Arroyo Madrejón, construir paseo costanero, dragar y parquizar.
- VII. Mejorar el museo histórico.
- VIII. Explotar mejor los festivales locales, el de la copla, y realizar de turismo religioso.
- IX. Pueblos originarios: comunidad Pilagá Campo del Cielo: quiere integrar su cultura al turismo local, y conseguir asistencia técnica para la producción agropecuaria y vincularla al turismo.
- X. Crear carrera terciaria de turismo y de guías de turismo en Las Lomitas.
- XI. Crear espacio cultural y mercado de artesanos.
- XII. Concientización ambiental de la población local.
- XIII. Mayor inversión privada en hotelería y gastronomía.
- XIV. Explicar oficialmente los alcances de una “Reserva Provincial” como la del Bañado la Estrella, que organismos hacen el control y como se implementa.
- XV. Formar parte de una ruta turística.
- XVI. Promoción de PYMES.

5.4.- 4° Taller en la ciudad de Laguna Blanca

➤ **Fecha, lugar y asistencia**

Fecha: 16 de marzo de 2013.

Lugar: Municipalidad de Laguna Blanca.

Asistencia: 17 personas (15 de Laguna Blanca, 1 de Clorinda, 1 de Pozo del Tigre).



➤ Listado de participantes

Taller en la ciudad de Laguna Blanca			
Datos de filiación	D.N.I.	E-Mail	Lugar de trabajo/Profesión
Alarcón Federico	32538929	licalarconaleandro@gmail.com	Municipalidad Laguna Blanca
Alvarez Maria Teresa	2706385	alvarezmarite@hotmail.com	Comarca Pilcomayo- Grupo La Estrella-Formosa
Aranda Carmen Beatriz	32538917	carmenaranda87@hotmail.com	Licenciada en Turismo
Branca Mario Raul	21660201	mariobranca@yahoo.com.ar	Municipalidad Laguna Blanca
Capinnetto Matias	27424431	mcarpinetto@apn.gov.ar	Parque Nacional Rio Pilcomayo- Guardaparque
Centurion Ivan		ivandc@hotmail.com	Level Tour
Colleselli Lara	32563907	icolleselli@apn.gov.ar	Parque Nacional Rio Pilcomayo- Guardaparque
Giménez Lidia A.	13257066		Restaurant "El Monumental"
Infantino Gisela Paula	23522487	giselainfantino@gmail.com	El Jabirú Excurciones
León Roxana Isabel	28531740	trnaineck@hotmail.com	Técnico Superior en Turismo
Lunchi Andrea	34595347	stefyandre@hotmail.com	Licenciada en Turismo
Martínez Hector	27553450	hectormartinezalvarez@gmail.com	INIA- Cambio Rural
Martínez Marco	33441769	marco_martin_200@hotmail.com	Restaurant "El Monumental"
Martínez Miquel Angel	10661856		Restaurant "El Monumental"
Orué Griselda Mariel	23667230	grimarotour@hotmail.com	Comarca Pilcomayo- Grupo Aquara Guazu- Clorinda
Sanchez Liz Mariel	35681715	lizz_191@hotmail.com	Estudiante de Turismo

➤ Resultados del taller: Potencialidades, Conflictos y Propuestas

Potencialidades

Sector Público: (Funcionarios y Parques Nacionales)

- I. Parque Nacional Río Pilcomayo.
- II. Comunidades Aborígenes.
- III. Fiesta del Pomelo.
- IV. Hospitalidad de la población local.
- V. Instituto de producción y medio ambiente con carrera de licenciatura en turismo (5 años).
- VI. Ruinas franciscanas.
- VII. Fortines.

Sector Privado

- I. Parque Nacional Río Pilcomayo.
- II. Centros de investigación (CEDEVA en Tacaaglé, IPAF NEA) con posibilidad de realizar turismo especializado.
- III. Cercanía de la misión Tacaaglé (PHN).
- IV. Museo Regional.
- V. Accesos nacionales e internacionales (rutas, aeropuerto de Asunción).
- VI. Orígen Guaraní de la zona (influencia lingüística y cultural).
- VII. Alumnos cursando tercer año de Licenciatura en turismo



✓ **Conflictos**

Sector Público

- I. Servicios básicos insuficientes.
- II. Gastronomía y hotelería insuficiente. Muy baja oferta.
- III. Comunicación y coordinación entre municipios y organismos.
- IV. Falta de una oficina de turismo local.
- V. Falta de incentivo y de valoración de los recursos locales existentes.
- VI. Falta de conexión de la identidad cultural.
- VII. Falta de transporte público intraprovincial.
- VIII. Identificar paquetes y circuitos tradicionales.

Sector Privado

- I. Servicios gastronómicos sin comidas típicas.
- II. Falta de infraestructura. No hay terminal de ómnibus.
- III. Falta de infraestructura para el turista en la Fiesta del Pomelo (alojamiento y gastronomía).

- IV. Falta de sentido de pertenencia y valoración de los recursos existentes.
- V. Falta de transporte público entre el interior de la provincia.
- VI. Falta de lugares de esparcimiento diurnos y nocturnos (bares y confiterías). Falta de identificación de un paquete turístico y circuitos.
- VII. Problemas de ordenamiento urbano.
- VIII. Estadía promedio menor a un día.
- IX. Falta de vinculación entre el sector público y privado.

✓ **Propuestas**

- I. Realizar congresos de turismo en el Instituto de producción y medio ambiente.
- II. Parque Nacional Río Pilcomayo: creación de un centro de interpretación de humedales en la Laguna Blanca.
- III. Parque Nacional Río Pilcomayo: accesibilidad en el Estero Poí y nuevos circuitos, enripiado de camino.
- IV. Financiación de pymes locales.
- V. Formación de guías de turismo locales especializando a los alumnos de la licenciatura en turismo de Laguna Blanca.
- VI. Creación de mecanismos de concientización local.
- VII. Creación de una oficina de informes turísticos en la entrada de la ciudad.
- VIII. Incentivos públicos para la creación de cooperativas y asociaciones.
- IX. Más señalética vial sobre los atractivos turísticos.
- X. Creación de circuitos temáticos (carpintería, artesanías, miel).
- XI. Clorinda y Laguna Blanca: servicios de miniturismo a cargo de prestadores locales.
- XII. Clorinda: creación de un centro cultural y museo.

- XIII. Clorinda: creación de un artesanato para la comunidad Qom para la venta de productos propios y regionales.
 - XIV. Clorinda: puesta en valor de la ciudad con ordenamiento territorial e inversión pública.
 - XV. Clorinda: creación de una zona franca en área de fronteras para atraer al turismo (free-shop).
-

El análisis del marco legal regulatorio del turismo en la Provincia de Formosa se organizó de la siguiente manera.

3.1. Primero se analiza el Marco Legal Regulatorio actual vigente en la Provincia de Formosa, con el objeto de identificar potencialidades y restricciones que intervienen en la sustentabilidad del turismo, a fin de proponer los aspectos legales a considerar a la hora de concretar posibles circuitos, rutas, sendas, actividades u otras formas de estructuración de ofertas. A tal fin se efectúa la recopilación de un digesto normativo sobre la legislación provincial vigente que afecta directa o indirectamente al desarrollo de la actividad turística.

3.2. En este apartado se analizan las leyes existentes destinadas al fomento de la actividad turística tanto a nivel nacional como regional.

3.3. La presente tarea incluye la elaboración de los aspectos que deberían ser incluidos, a modo de sugerencia, en un marco regulatorio para una inversión responsable, que fomente y articule las inversiones con una marcada presencia de los temas de preservación y sustentabilidad de los recursos y respeto por los derechos de los turistas y de la comunidad local.

Anexo 6: Marco regulatorio legal del turismo

Análisis del marco legal regulatorio de la Provincia de Formosa en materia de turismo

A los fines de analizar el Marco Legal Regulatorio actual, e identificar potencialidades y restricciones que intervienen en la sustentabilidad del turismo, se efectuó una recopilación de la legislación provincial vigente que afecta directa o indirectamente al desarrollo de la actividad turística. Se detallan a continuación las normas vigentes en la materia:

1.- Ley N° 1335 del año 2000 – Creación del Sistema Provincial de Reservas de Biosfera y creación de Biosferas piloto

1.1. Conforme lo dispuesto en esta Ley, el Sistema de Reserva de Biosfera se constituye con los diversos tipos de áreas protegidas, provinciales, nacionales, municipales o privadas, existentes o a crearse en el futuro.

1.2. Asimismo la Ley define a la “Reserva de Biosfera” como *“las áreas representativas de ecosistemas característicos de la región, cuyo objetivo es articular la conservación y el desarrollo con el propio habitante como protagonista, mediante la protección sustentable en la cual las autoridades, científicos y población local cooperarán en la creación de un programa modelo que favorezca la conservación de la naturaleza y satisfaga las necesidades humanas presentes, sin comprometer a las generaciones futuras”*.

1.3. Si bien esta Ley no se relaciona en forma directa con la materia bajo análisis, si lo hace en forma indirecta ya que toda la normativa y las acciones que se desarrollen en el ámbito turístico deberán tener en cuenta

y respetar las previsiones de esta Ley siempre apuntando a la sustentabilidad y la protección de las áreas naturales.

2.- Ley N° 1392 del año 2002 - Adhesión a la Ley Nacional N° 25.198

2.1. La presente Ley, adhiere a la Ley Nacional N° 25.198 y en consonancia con la misma, declara al turismo como actividad socioeconómica de interés provincial. Asimismo establece que el Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Turismo proveerá al fomento, desarrollo, investigación, promoción, difusión, preservación y control de la actividad turística en todo el territorio de la Provincia.

3.- Ley N° 1418 del año 2003 – Declara de interés provincial el Turismo Rural

3.1. Define como Turismo Rural aquel que:

- a) Se enmarca dentro del concepto de Ecoturismo con la premisa básica de no perturbar ni degradar el ecosistema y las manifestaciones culturales del presente y el pasado que puedan encontrarse allí.
- b) Tiene bajo impacto ambiental.
- c) Difunde exclusivamente metodologías y métodos de manejo de campo típicos de nuestro país; promueve la conservación de las tradiciones, costumbres, estancias y establecimientos agrícolas, ganaderos y forestales de Formosa.
- d) Está registrado y reconocido como micro emprendimiento regional.
- e) Cumple con todas las normas legales que regulan las PYMES.
- f) Se desarrolla totalmente en y/o dentro de las estancias y establecimientos agrícolas, ganaderos y forestales formoseños.
- g) Inserta al turista dentro del quehacer normal de la actividad rural.
- h) Involucra el pernocte durante varios días del turista en el sitio de referencia.
- i) Propicia el involucramiento activo y socioeconómico activo y socioeconómico benéfico para los pobladores locales y genera empleo.
- j) Revaloriza el patrimonio histórico-cultural.

3.2. Cabe señalar que el Proyecto de Ley de Turismo que se menciona en el punto 6 de este Informe, establece diversas categorías de turismo (ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, turismo temático, turismo étnico, turismo educativo, turismo cultural o educativo, turismo social, y turismo rural); no obstante no caracteriza ninguna de las categorías, salvo la rural respecto de la cual remite a la norma bajo análisis. En este sentido, y conforme lo indicamos más adelante, entendemos que debería incorporarse al proyecto una correcta y detallada descripción de cada categoría ya que ello resultará de suma utilidad al momento de definir las acciones y políticas para el fomento y desarrollo de cada una de ellas.

4.- Ley N° 1484 del año 2005 - Promoción y Fomento del Turismo

4.1. Esta Ley tiene por objeto regular la promoción y el fomento de emprendimientos turísticos y organizar la actividad turística en la provincia.

4.2. A tal fin, la Ley define como prestadores y operadores de servicios turísticos a *“todas aquellas personas físicas o jurídicas legalmente habilitadas, que brinden o exploten productos y/o servicios usuales y no usuales para el turismo tradicional, poniendo énfasis en las tendencias ambientales dedicadas a la conservación, preservación, educación y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, generando actividades que normalmente no realizan en la vida cotidiana y ofreciendo un servicio personalizado a los turistas”*, imponiendo a los mismos la obligación de inscribirse en el Registro Provincial de Prestadores y Operadores Turísticos dependiente del Ministerio de Turismo de la Provincia, el cual es creado por la misma norma. Asimismo establece la documentación que se debe presentar a los fines de obtener la correspondiente certificación anual expedida por dicho Registro.

4.3. En relación a dicho Registro corresponder advertir que el Proyecto de Ley de Turismo ya referido, en su Capítulo V, prevé la creación del *“Registro de Prestadores de Actividades y Servicios Turísticos”* (RePAST), también dependiente del Ministerio de Turismo y con similares funciones y regula algunos aspectos ya contemplados en la norma en vigencia. En

virtud de ello, en caso de seguirse adelante con el estudio del proyecto y la eventual sanción de la Ley, se deberán tomar los recaudos pertinentes a los fines de evitar la contradicción y/o superposición de ambas normas.

4.4. Como obligaciones de los Prestadores de Turismo establece las siguientes:

- a) Contar con una póliza de seguro de responsabilidad civil por daños que puedan sufrir los contratantes durante la estadía en los emprendimientos.
- b) Preservar y conservar el medio ambiente natural y hacerlo respetar.
- c) Exhibir un libro de actas foliado por la autoridad de aplicación para el registro de quejas, que deberá estar a disposición del contratante.
- d) Contar con instalaciones que aseguren condiciones de higiene y salubridad.
- e) Registrar la inscripción en el impuesto sobre los ingresos brutos ante la Dirección General de Rentas de la jurisdicción que corresponda, declarando como actividad principal o secundaria la explotación del turismo.
- f) Toda otra obligación que fije la reglamentación.

4.5. Finalmente impone a la autoridad de aplicación (Ministerio de Turismo) la obligación de establecer parámetros mínimos y criterios de sustentabilidad de los servicios de turismo y de establecer el método participativo con el sector privado para estudiar y definir los criterios de sustentabilidad.

4.6. A los fines del logro de los objetivos que proponga el Ministerio de Turismo, establece que se podrá brindar a aquellos proyectos de turismo que resulten de interés, y cuyos titulares se encuentren inscriptos en el Registro de Prestadores Turísticos:

- a) Asistencia técnica profesional.
- b) Promoción y difusión.
- c) Realización de obras de infraestructura y servicios para el desarrollo de los emprendimientos en coordinación con organismos nacionales, provinciales y/o municipales.
- d) Convenios con organismos públicos y privados para lograr conciencia, capacitación y asesoramiento para la comercialización del turismo.

5.- Ley de Ministerios N° 1578 del año 2011 (deroga las Leyes 1170 y 1482 y determina las competencias del Ministerio de Turismo)

5.1. Esta Ley establece como competencias del Ministerio de Turismo de la Provincia, asistir al Gobernador en la promoción y desarrollo de la actividad turística en la Provincia, y en particular:

1.- Regular y fiscalizar el accionar de los prestadores de servicios turísticos que operan en el ámbito Provincial.

2.- Entender en la determinación de centros, zonas y circuitos de interés turístico.

3.- Entender en la difusión de la oferta turística Provincial.

4.- Promover las actividades turísticas como una herramienta para el desarrollo local y regional de la Provincia, fomentando el cuidado y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos y preservando su equilibrio ecológico.

5.- Desarrollar la conciencia turística de la población, principalmente a partir de su incorporación en los espacios curriculares del Sistema Educativo Provincial y en la estrategia comunicacional de la Provincia, en coordinación con los organismos competentes.

6.- Entender en la implementación, funcionamiento y coordinación de las oficinas de promoción, informes, publicidad y asesoramiento para turistas en toda la Provincia.

7.- Incrementar la diversidad de productos turísticos provinciales, especialmente lo que hace a turismo de interpretación histórica, el conocimiento de la naturaleza y paisajes autóctonos, así como promover formas alternativas de turismo, con la participación de las comunidades locales en el desarrollo y la planificación de las actividades.

8.- Promover la formulación de proyectos de inversión para emprendimientos del sector, brindando asesoramiento técnico tendiente a la obtención de financiamiento y concreción de los mismos.

9.- Entender en la realización y promoción de todas las actividades y eventos que resulten de interés para fomentar el turismo.

10.- Promover la formación de técnicos y personal idóneo en actividades relacionadas con el turismo.

- 11.- Entender en la promoción y desarrollo del turismo social en el territorio provincial.
- 12.- Formular planes, programas y proyectos para el desarrollo y adecuación de la oferta y la demanda del turismo provincial, regional e internacional.
- 13.- Intervenir en la elaboración y ejecución de los planes de obras de infraestructura y equipamiento turístico, en coordinación con el Ministerio de competencia específica.
- 14.- Coordinar con los organismos competentes la preservación y protección del patrimonio histórico, cultural y arqueológico de la Provincia.
- 15.- Coordinar con los organismos específicos la conservación y protección de la flora y fauna del territorio provincial.
- 16.- Gestionar la celebración de convenios, con organismos nacionales e internacionales, para la realización de proyectos de infraestructura y promoción del turismo.

6.- Proyecto de Ley General de Turismo

6.1. Existe un Proyecto de Ley General de Turismo que aún no ha sido tratado por la legislatura Provincial, y que, en principio y según nos fuera informado, su tratamiento pasaría para el año entrante.

6.2. Entendemos que el referido Proyecto de Ley General de Turismo, con las modificaciones que se propician en el presente Estudio, podría constituir el marco legal adecuado para integrar las normas vinculadas al turismo evitando discordancias o contradicciones y para propiciar una inversión responsable, que fomente y articule las inversiones con una marcada presencia de los temas de preservación y sustentabilidad de los recursos y respeto por los derechos de los turistas y de la comunidad local.

3.2. Análisis de la legislación nacional y regional en materia de fomento de la actividad turística

A los fines de cumplir con este punto, hemos recopilado y sintetizado la legislación existente a nivel nacional y provincial en materia de fomento del turismo o incentivo a la inversión turística.

A continuación se detallan las normas existentes y los beneficios previstos en cada caso:

1.- LEGISLACIÓN NACIONAL

- Ley Nacional de Turismo N° 25.997: declara de interés nacional el turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país fijándolo como prioritario dentro de las políticas de estado. Asimismo crea el Instituto Nacional de Promoción Turística y crea el Programa Nacional de Inversiones Turísticas que comprende las inversiones del estado nacional a favor de las provincias.
- Ley: N° 21.382 – Inversiones Extranjeras - Decreto Reglamentario N° 1853/93
- Destinatarios: Inversores extranjeros que inviertan capitales en el país.
- Beneficios:
 - a) Transferir al exterior las utilidades líquidas y realizadas provenientes de sus inversiones y repatriar las mismas en cualquier momento.
 - b) Utilizar cualquier forma jurídica de organización prevista en la legislación nacional.

c) Permite que las empresas locales de capital extranjero puedan utilizar el crédito interno con los mismos derechos y condiciones que las empresas locales de capital nacional.

2.- CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

- Ley N° 499/2000

- Destinatarios: Construcciones nuevas que se realicen en el área de promoción.

- Beneficios:

a) Eximición del 100% del pago de contribuciones inmobiliarias por el término de tres (3) años y del 50% por los tres años subsiguientes.

b) Eximición del 100% del pago del Derecho de Delineación y Construcción establecido en el Código Fiscal de la ciudad.

3.- PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

- Ley N° 13.930 modif. Por Ley 14.333 – Decreto N° 3346/08.

- Destinatarios: hoteles, quedando exceptuados los hoteles alojamiento o similares.

- Beneficios:

a) Eximición de hasta un 35% del impuesto inmobiliario (Art. 11 Ley 13.930).

4.- PROVINCIA DE CÓRDOBA.

- Ley N° 7232 “Régimen de Promoción y Desarrollo Turístico” – Decretos Reglamentarios N° 4557/85, 637/99 y 1360/00 (este último suspende los beneficios para la construcción de hoteles de 4* y 5*).

- Áreas de Promoción:

a) Zona especial: Norte, Noroeste, Sierras del Sur y Mar Chiquita.

b) Zona A: Punilla (salvo el ejido municipal de Villa Carlos Paz), capital (con excepción del ejido de la ciudad de Córdoba), Calamuchita, Traslasierra, Sierras Chicas y Paravachasca.

c) Zona B: Municipio de Villa Carlos Paz, Córdoba capital, y todo aquel territorio que no encuadre en las Zonas anteriores.

- Destinatarios: personas físicas o jurídicas legalmente constituidas que realicen alguna de las siguientes actividades:

a) Construcción y equipamiento de establecimientos nuevos destinados a la explotación de alojamientos turísticos.

b) Reforma, ampliación o mejora y equipamiento de los establecimientos turísticos existentes.

- Beneficios:

a) Diferimientos fiscales;

b) Venta en condiciones de fomento o cesión de bienes inmuebles del dominio privado del estado provincial.

c) Provisión de infraestructura de servicios públicos esenciales dentro de los planes de gobierno;

d) Subsidios, becas y asistencia técnica.

e) Exenciones de hasta el 30% sobre el monto total de inversiones en establecimientos nuevos.

5.- PROVINCIA DE CATAMARCA.

- Ley N° 5267 – Decreto Reglamentario 1846

- Áreas de Promoción:

- a) Área A: Corredor de La Puna (Dptos. De Antofagasta de la Sierra Belén y Santa María); Corredor Paso de San Francisco (Dpto. de Tinogasta); Corredor de Tucumán – Catamarca (Dptos. De Andalgalá, Paclín, Ambato, Ancasti, El Alto, Santa Rosa y La Paz)
 - b) Área B: Departamentos de Fray Mamerto Esquiú, Pomán, Capayán y Valle Viejo.
- Destinatarios: Construcción y ampliación de alojamiento turístico, centros de congresos y convenciones, gastronomía, servicios complementarios y venta de productos artesanales.
- Beneficios:
- a) Exención del impuesto sobre los Ingresos Brutos por hasta 10 años.
 - b) Exención del Impuesto a los Sellos.
 - c) Exención del impuesto inmobiliario por hasta 5 años.
 - d) Exención del impuesto sobre los Automotores, sobre las unidades nuevas incorporadas al proyecto por hasta 5 años por el 100%.
 - e) Reintegro de Certificados de Crédito Fiscal de hasta 40% de la inversión en equipamiento e instalaciones y en infraestructura básica.
 - f) Entrega de terrenos fiscales de hasta dos (2) hectáreas.
 - g) Créditos con tasas subsidiadas.

6.- PROVINCIA DE CHACO.

- Ley N° 6637: Dispone la aplicación de la Ley 4453 y sus modif. y reglamentarias (Decreto Reglamentario 1933/98) al turismo por considerarla como una actividad productiva.
- Destinatarios: Podrán ser beneficiarios del régimen de promoción de la actividad turística, las personas físicas y/o jurídicas que reúnan los siguientes requisitos:

- a) Tener domicilio constituido en la Provincia del Chaco al momento de solicitar el beneficio.
- b) Cumplir con las disposiciones legales vigentes para el desempeño de la actividad turística.
- c) Que los beneficiarios del régimen den inicio a proyectos de mediano y largo plazo.

- Beneficios:

a) Impositivos: exención de:

1. Todo tipo de impuesto Provincial que grave los actos y tramitaciones inherentes a suscripción o aumento de capital social, constitución, transformación o fusión de sociedades y sus actos en el registro público de comercio u otros organismos oficiales. Esta exención comprende también la tramitación de escrituras, transferencias de dominio o inscripciones de los inmuebles afectados;
2. Impuestos Inmobiliarios Provinciales, respecto de los inmuebles afectados a la actividad promovida;
3. Impuesto Provincial a los Ingresos Brutos, en cuanto se refiera a las operaciones comerciales derivadas de la actividad económica promovida y se ajuste a la reglamentación;
4. Impuesto de Sellos, cuando este se encuentre legalmente a cargo de la actividad empresarial promovida en el momento en que debieran ingresar los impuestos provinciales exceptuados, las empresas deben presentar la declaración jurada correspondiente;
5. Todo otro tipo de impuesto, tasa o contribución establecidos por la provincia con posterioridad a la sanción de la Ley 4453, y que graven las actividades de las industrias incorporadas a su régimen. Las exenciones y beneficios serán otorgados sobre todas o algunas de las franquicias determinadas en el presente inciso, por el término de hasta diez (10)

años y conforme a la escala que se determinara en la reglamentación correspondiente.

b) Créditos y avales: cuando la Provincia lo considere de especial interés podrá otorgar, en el marco de las respectivas reglamentaciones:

1. Créditos en forma directa, por intermedio del fondo de desarrollo industrial;
2. Concesión de avales o garantías ante organismos provinciales, nacionales o extranjeros.

c) Otros beneficios:

c.1. reintegro de hasta el 50% de las inversiones que realizaren empresas nuevas que se radiquen en la provincia en materia de:

1. Caminos, redes eléctricas, provisión de agua y desagües que redunden en beneficio directo del proyecto;
2. Obras o materiales para corregir deficiencias de estabilidad o resistencia mecánica de los suelos de fundación, como también en los niveles mínimos compatibles con adecuado margen de seguridad contra inundaciones;
3. Obras de infraestructura complementarias para servicio exclusivo de las plantas industriales, cuando sean consideradas indispensables para cubrir servicios inexistentes y requeridos por razones técnicas, económicas y sociales, como ser: plantas potabilizadoras de agua, muelles, vías férreas y otras justificadas, que a juicio de la Provincia sea absolutamente necesario construir o reconstruir. Estas obras podrán ser utilizadas en beneficio común, siempre que no signifique un perjuicio para el normal desenvolvimiento de la empresa beneficiada. En todos los casos, a efectos del reconocimiento de este beneficio la empresa que se instala deberá acordar previamente con la Provincia la localización de la planta industrial y las condiciones generales y particulares de las obras a ejecutar.

c.2. Provisión de energía y otros servicios provinciales a precios diferenciales conforme a la reglamentación que la Provincia establezca en el marco de los regímenes general, sectorial, de fomento y especial.

c.3. Adjudicación de tierras fiscales.

c.4. Reconocimiento de hasta el 25% de los montos por fletes de transporte de productos terminados en origen, a otros mercados fuera de la Provincia, de acuerdo a la Reglamentación que se establezca.

c.5. Apoyo económico para el acceso a todo instrumento de promoción de las PYMES, existentes o a crearse, cuyos objetivos beneficien en forma directa la puesta en marcha o el desenvolvimiento de los emprendimientos productivos objeto de esta Ley.

c.6. Facilidades para la compra, locación o comodato de bienes de dominio del estado, de acuerdo a lo que determine la Reglamentación.

c.7. Realización u organización de cursos de capacitación destinados a los distintos niveles del sector productivo.

c.8. Apoyo del estado provincial para agilizar y obtener:

a) La instalación de la planta industrial e introducción de la maquinaria necesaria;

b) Protección arancelaria y fiscal en temas vinculados al comercio exterior;

c) defensa ante las contingencias del mercado externo;

d) toda otra acción necesaria para mantener la planta industrial al nivel óptimo de la capacidad instalada.

c.9. todo asesoramiento, colaboración, gestión o intervención directa coadyuvante a la proyección, financiación, instalación y normal desenvolvimiento de cada empresa que el Estado Provincial se halle en condiciones de proporcionar.

7.- PROVINCIA DE CHUBUT.

- Ley XXIV N° 41 (Antes N° 5460) – Decreto Reglamentario N° 266/06.
- Destinatarios: nuevas inversiones o ampliaciones existentes que tengan como una finalidad incrementar la capacidad productiva y/o generación de puestos de trabajo.
- Beneficios:
 - a) Eximición del impuesto a los Ingresos Brutos vinculados a la nueva inversión.
 - b) Eximición del Impuesto a los Sellos por todos los actos y operaciones vinculadas a la nueva inversión.
- Ley XXIV N° 40 (Antes N° 5455)
- Destinatarios: contribuyentes que cumplan los siguientes requisitos:
 - a) Que al 31 de diciembre del año 2005 tengan ingresadas o regularizadas por régimen de facilidades de pago e ingresadas, las obligaciones respecto del impuesto a los Ingresos Brutos.
 - b) Que mantengan un nivel de facturación promedio semestral, en el total de puntos de venta en jurisdicción de Chubut, no inferior al 70% (setenta por ciento) del total de facturación de todos los puntos de venta del país. El nivel de facturación se calculará para el semestre precedente al semestre en que la bonificación rija para el contribuyente.
- Beneficio: bonificación de hasta el 50% de la alícuota correspondiente al impuesto sobre los Ingresos Brutos.

8.- PROVINCIA DE CORRIENTES.

- Legislación:
 - a) Ley 5470 – Régimen de Promoción de Inversiones / Decreto Reglamentario N° 1416/03

- b) Ley N° 5535 – Ley Pcial. De Turismo.
 - c) Ley 5683 – Fondo de Inversión para el Desarrollo de Corrientes (FIDECOR) – Dto. 308/06
 - d) Ley N° 5684 – Fondo de Desarrollo Industrial (FODIN) – Dto. 306.
- Destinatarios: todos los que desarrollen la actividad turística en cualquiera de sus rubros.
 - Beneficios:
 - a) Exenciones por un plazo máximo de 10 años de:
 - Impuesto de Sellos;
 - Ingresos Brutos;
 - Impuestos Provinciales que graven actos inherentes a la suscripción del capital social y a la constitución o inscripción de personas jurídicas;
 - Tasas, contribuciones a crearse o variación de las alícuotas o mínimos imponibles.
 - b) Otros:
 - Compra de inmuebles de dominio privado del estado destinados al proyecto a desarrollar;
 - Exención de impuestos provinciales o reducción de alícuotas;
 - Tarifas eléctricas de fomento;
 - Provisión de infraestructura;
 - Asistencia Técnica;
 - Preferencia en licitaciones del estado y de las municipalidades adheridas a la Ley 5470.

9.- PROVINCIA DE ENTRE RÍOS.

- Ley N° 9621 – Resolución DGR 180/2006
- Destinatarios: contribuyentes que inicien la actividad hotelera en la Provincia de Entre Ríos, vinculada al turismo y que se ajuste a la Reglamentación de alojamientos turístico. Se define como actividad hotelera, a la desarrollada por hoteles, moteles, hosterías, bungalows, apart hotel y residenciales, radicadas en la Provincia, producto de inversiones nuevas, que inicien su actividad y presten sus servicios con carácter permanente o transitorio.
- Beneficios: Exención sobre el Impuesto a los Ingresos Brutos por los primeros cinco (5) años a contar desde el inicio de la actividad.

10.- PROVINCIA DE JUJUY.

- Ley: 5198 – Marco para la Actividad Turística / Ley 5319 – Reglamentación
- Destinatarios: Prestadores Turísticos debidamente inscriptos en los Registros respectivos.
- Beneficios:
 - a) Obtener asesoramiento técnico de la Autoridad de Aplicación;
 - b) Participar en la Promoción turística provincial;
 - c) Recibir ayuda para la obtención de créditos, estímulos y facilidades de diversa índole, destinados a la instalación, ampliación y mejora de los servicios que prestan.
 - d) Participar en los programas de capacitación turística que promueva o realice la autoridad de aplicación.
- Ley 5428 – Fomento y Promoción para el desarrollo turístico.
- Destinatarios:

- a) Servicios de hotelería, gastronomía y afines; Tanto construcción y equipamiento de establecimientos nuevos, como refacción de los existentes;
- b) Centros de descanso, tratamiento termal y afines;
- c) Instalaciones de descanso y recreación;
- d) Explotación de servicios de transporte turístico y sus obras complementarias;
- e) Instalaciones de agencias de viajes y turismo en toda su extensión;
- f) Prestaciones de cualquier tipo para el turismo receptivo;
- g) Urbanizaciones turísticas;
- h) Desarrollo de artesanías.
 - Beneficios:
 - a) Exenciones Impositivas:
 - Créditos fiscales: hasta un 70% por 5 ejercicios fiscales desde el inicio de la actividad.
 - Exención de hasta un 80% con un máximo de 10 años de Ingresos Brutos, Impuesto inmobiliario, Impuesto a los Sellos y Tasas retributivas e Impuesto a los Sellos y Tasas de inscripción.
 - Diferimiento de pago de impuestos.
 - b) Otros Beneficios:
 - Venta de inmuebles de propiedad de la Provincia, con una quita de hasta el 50 % de su precio.
 - Creación del Fondo para la Promoción y Desarrollo del Turismo (FOPRODET), destinado al financiamiento de la promoción de la actividad turística.

11.- PROVINCIA DE LA PAMPA.

- Ley 1534 / Decreto Reglamentario 2560/94.
- Destinatarios:
 - a) Construcción o ampliación;
 - b) Adquisición de maquinarias, equipos o instalaciones e inmuebles.
- Beneficios:

- a) Exenciones Impositivas de los siguientes impuestos:
 - Ingresos brutos;
 - Inmobiliarios;
 - Sellos;
 - Impuesto a los vehículos de carga y utilitarios, de propiedad de la empresa,
 - Todo impuesto que pudiera constituir a las empresas en sujeto pasivo de obligación fiscal.
- b) Otros beneficios:
 - Compra de inmuebles del dominio privado de estado;
 - Asistencia Técnica;
 - Apoyo en la gestión de beneficios.

12.- PROVINCIA DE LA RIOJA.

- Ley: 8300/09
- Destinatarios: Nuevas unidades económicas y la ampliación de las ya existentes. Se otorga prioridad a las explotaciones del sector Turismo.
- Beneficios:
 - a) Devolución de hasta un 30%, no excediendo el tope máximo que establezca la función ejecutiva, de las inversiones en equipamientos, maquinarias, herramientas e instalaciones, la construcción y ampliación de inmuebles destinados a hoteles y restaurantes.
 - b) Reintegro de hasta el 50% no excediendo el tope máximo que establezca la función ejecutiva por las inversiones en caminos, redes eléctricas, provisión de agua, desagües, y otras obras de infraestructuras que realicen las empresas vinculadas con el proyecto.

- c) Exención de tributos provinciales existentes o a crearse, por un plazo de hasta 15 años, y en forma total o escalonada.
- d) Asistencia y asesoramiento técnico por parte de los organismos del Estado.
- e) Subsidios de hasta el 50% a la tasa de interés de la línea crediticia.
- f) Facilidades para la compra, locación o comodato con opción de compra dentro del plazo de los 5 años y leasing, de bienes muebles e inmuebles del Estado Provincial.
- g) Otorgamiento de préstamos de fomento de inversión.

13.- PROVINCIA DE MENDOZA.

- Ley Impositiva 8398.
- Destinatarios: Inmuebles destinados a servicios de alojamiento que cuenten con certificado expedido por el órgano de control competente.
- Beneficios: Reducción del 50% del Impuesto Inmobiliario siempre que no registren deudas.
- Ley de Promoción N° 8019.
- Destinatarios: personas físicas o jurídicas:
 - a) Que desarrollen actividades industriales turísticas y agropecuarias con eslabonamientos hacia adelante con el sector industrial de la Provincia.
 - b) Que destinen una parte de su presupuesto anual a la realización de actividades de "Responsabilidad Social Empresaria".
 - c) Que en sus prácticas de producción promuevan el "desarrollo sustentable", el respeto por las normas ambientales y promuevan el

respeto por los derechos humanos en general y de los niños en particular.

- d) Que contraten desde el inicio por lo menos a quince (15).
- Beneficios: A los beneficiarios del régimen del régimen de promoción de nuevos emprendimientos del artículo 37, se les otorgará un crédito fiscal intransferible de hasta el treinta por ciento (30%) de la inversión total, excluido el Impuesto al Valor Agregado. Dicho crédito fiscal podrá ser aplicado en:
 - a) Hasta un treinta por ciento (30%), al pago del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, neto de coparticipación municipal, durante los primeros tres años de operación efectiva en la Provincia.
 - b) Hasta un treinta por ciento (30%), al pago de los impuestos Inmobiliario y Automotor facturados, neto de coparticipación municipal, durante los tres primeros años de operación efectiva en la Provincia,
 - c) Hasta un cien por ciento (100%), al pago del Impuesto de Sellos, neto de coparticipación municipal, por las operaciones propias de la actividad promovida y correspondiente al período de inversión.

14.- PROVINCIA DE MISIONES.

- Ley N° 3045 “Pacto Federal para el empleo, la producción y el crecimiento” - Decreto Reglamentario N° 27/94.
- Destinatarios:
 - a) Servicios de alojamiento, comida y hospedaje, prestados en todas las tipologías de alojamiento.
 - b) Servicios de comidas y bebidas en todos los tipos de comercio y los relacionados con el servicio turístico.

- c) Servicios de playas de estacionamiento, garages, lavado y estaciones de servicio.
 - d) Servicios de agencias de turismo en Puerto Iguazú.
 - e) Servicios de alquiler de lanchas y botes.
 - f) Servicios de salones de baile, discoteca y similares, los relacionados con cualquier tipo de espectáculos.
 - g) Servicios culturales y naturales
- Beneficios: Reducción a su mínima expresión (cero) de la alícuota del impuesto sobre los Ingresos Brutos.

15.- PROVINCIA DE NEUQUEN.

- Ley N° 378 – Promoción Económica.
- Destinatarios: toda actividad industrial nueva que se establezca dentro del territorio de la Provincia de Neuquén, incluida la turística que sea declarada de interés provincial.
- Beneficios:
 - a) Exención de impuestos provinciales, ordinarios, de emergencia o especiales y cualquier otro gravamen creado o a crearse por los plazos, porcentajes y/o montos que sean previamente especificados.
 - b) Exención de gravámenes sobre los actos jurídicos relativos a la constitución y/o inscripción de las sociedades, asociaciones y/o entidades que realicen la propuesta de inversión.

- c) Exención de gravámenes fiscales de sellado y/o tasas provinciales, patentes y contribuciones en el territorio provincial, siempre por los montos y porcentajes que sean previamente convenidos.
- d) Donación con acuerdo de la Honorable Legislatura de la Provincia del Neuquén, o venta a precio fiscal de la tierra pública cuando ella fuera indispensable para el establecimiento de la inversión.
- e) Compromiso por parte del Estado Provincial de no autorizar durante un plazo previamente determinado, la radicación en el ámbito provincial de otra industria similar.
- f) Asesoramiento técnico a los proponentes.
- g) Construcción de caminos de acceso y comunicaciones y/o mantenimiento de los ya existentes.
- h) Compromiso de facilitar el agua y la energía eléctrica a tarifa diferencial indispensable para el uso y consumo industrial, conforme a las posibilidades de entrega de dichos servicios.
- i) Compromiso a gestionar ante las Municipalidades de la Provincia del Neuquén y ante el Gobierno Nacional, medidas que favorezcan la industria promovida.
- j) Compromiso de preferencia en toda licitación para la provisión o ejecución de obras públicas y productos obtenidos en la industria promovida, siempre y cuando ellos ofrezcan iguales condiciones de calidad y precio a las existentes fuera del ámbito provincial.

16.- PROVINCIA DE RIO NEGRO.

- Ley N° 2414 – Ley Provincial de Turismo / Decreto Reglamentario 2118/04.

- Destinatarios: las personas físicas o jurídicas que proporcionen bienes y/o servicios directa o indirectamente vinculadas al turismo, con fines de lucro o sin él a los visitantes.

- Beneficios:
 - a) Obtener el asesoramiento técnico de la autoridad de aplicación en los diferentes aspectos y modalidades atinentes al turismo;
 - b) Adquirir el reconocimiento de la categoría que corresponda a la clase de los servicios que prestan, así como solicitar su modificación cuando reúnan los requisitos establecidos en los reglamentos respectivos.
 - c) Participar de la promoción turística Provincial en cuanto corresponda según los mercados a los que se dirija y el perfil de la demanda a captar.
 - d) Recibir la ayuda que proceda por parte de la autoridad de aplicación para la obtención de créditos, estímulos y facilidades de diversa índole, destinados a la instalación, ampliación y mejora de los servicios que prestan.
 - e) Obtener de la autoridad de aplicación, su intervención y respaldo en las gestiones que realice ante otros organismos públicos.
 - f) Participar en los programas de capacitación turística que promueva, coordine o realice la autoridad de aplicación.

17.- PROVINCIA DE SALTA.

- Ley 6064 y 7281 – Sistema de Promoción de la Actividad Turística - Ley 7045 Declara al Turismo, actividad socioeconómica de interés provincial y prioritaria para el Estado.

- Destinatarios:
 - a) Construcción de Obras Nuevas;
 - b) Actividades turísticas en general

- c) Ampliación en un 40% como mínimo de las obras nuevas.
- d) Servicios de hotelería y afines, que comprenden:
 - 1. Construcción de establecimientos nuevos, destinados a hoteles, hosterías, moteles y otros encuadrados dentro de clases y categorías, que para cada área de promoción se fijen por reglamento.
 - 2. Reforma, ampliación física o de servicios, reequipamiento y modernización de hoteles, hosterías, moteles o residenciales ya existentes.
 - 3. Reforma y/o refacción de inmuebles, guardando un estilo arquitectónico que oportunamente hayan sido declarados de interés Turístico por el Consejo Provincial de Turismo, serán destinados a los rubros alojamiento y gastronomía.
 - 4. La construcción y equipamiento de restaurantes nuevos, como así también la reforma, ampliación, reequipamiento y/o modernización de establecimientos ya existentes.
- e) Instalaciones de descanso y recreación que comprenda:
 - 1. Construcción y habilitación de campings, colonias de vacaciones, albergues, bungalows, natatorios, salas de esparcimiento y recreación y complejos turísticos.
 - 2. Construcción de albergues, playas, muelles, embarcaderos y demás instalaciones para prácticas de recreación náutica.
 - 3. Construcción de Parques de Flora y Fauna autóctona.
 - 4. Construcción y habilitación de ascensores, funiculares, ferrocarriles turísticos y deslizadores.
 - 5. Construcción y habilitación de instalaciones, campos o complejos para la práctica de deportes de interés turístico, tales como autódromos, velódromos, hipódromos y/o aeródromos.
 - 6. Construcción, equipamiento y habilitación de auditorios y salas para reuniones públicas, congresos, convenciones, ferias y actividades culturales.
- f) Explotación de servicios de transporte turístico, que comprende:

1. Adquisición de unidades específicas para autotransporte turístico nuevas, sin uso, terrestres, lacustres y/o aéreos y su explotación como servicios de excursiones en los circuitos turísticos de la Provincia.
 2. La construcción y habilitación de estaciones de servicios en áreas de promoción que el Organismo de Aplicación disponga oportunamente.
- g) Prestaciones vinculadas al turismo receptivo:
1. Apoyatura y promoción a los prestadores de servicios de turismo receptivo en todas sus modalidades.
 2. Fomento y facilidad de turismo social receptivo.
- h) Artesanías regionales: alentar, apoyar, facilitar, desarrollar y fomentar la actividad artesanal, en defensa de la autenticidad local y regional.
- i) Promover e incentivar las actividades de capacitación e investigación y el ejercicio de Profesionales de turismo en sus diversos grados de formación.
- Beneficios:
- a) Exención de tributos provinciales con exclusión de las tasas retributivas de servicios.
 - b) Deducciones fiscales del impuesto sobre los ingresos brutos en un 75% de las sumas efectivamente invertidas.
 - c) Diferimiento en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
 - d) Operaciones crediticias en operaciones de fomento.
 - e) Venta o cesión de bienes inmuebles en condiciones de fomento.
 - f) Subsidios, becas y asistencias técnicas.
 - g) Provisión de infraestructura de servicios públicos esenciales dentro de las previsiones de los planes de gobierno y de los respectivos créditos presupuestarios.
 - h) Integración de sociedades de economía mixta.

- i) Apoyo oficial del Gobierno de la Provincia para agilizar y obtener en el orden nacional, exenciones impositivas, diferimientos y/o desgravaciones impositivas y cualquier otro beneficio.

18.- PROVINCIA DE SAN LUIS.

- Ley N° VIII-0722-2010 “Plan Maestro de Turismo” / Ley N° VIII-0664-2009
- Destinatarios: personas físicas o jurídicas cuyas inversiones incrementen en forma efectiva el empleo y la base productiva de la economía provincial. se considera inversión a aquellas que superen los PESOS CIENTO CINCUENTA MIL (\$ 150.000,00), salvo que, no alcanzando dicho importe sea de interés provincial y genere fuentes de trabajo, en cuyo caso la autoridad de aplicación podrá autorizar la inclusión del mismo.
- Beneficios:
 - a) Exención de los Impuestos Provinciales Sobre los Ingresos Brutos, Inmobiliario, de Sellos, a los Automotores, Acoplados y Motocicletas – por un lapso de quince (15) años con la siguiente escala:
 1. El cien por ciento (100%) durante los cinco (5) años iniciales a partir de la certificación de puesta en marcha;
 2. El cincuenta por ciento (50%) durante los siguientes cinco (5) años;
 3. El veinticinco por ciento (25%) los últimos cinco (5) años, a cuyo término se dará por concluido el beneficio fiscal;
 - b) Crédito Fiscal: Se otorgará un certificado de Crédito Fiscal por un importe de hasta un cincuenta por ciento (50%) del monto de impuestos provinciales a devengar por el contribuyente en el

periodo fiscal correspondiente y que sean originados en el proyecto de inversión.

- c) Adquisición de terreno/s fiscal/es, incluida/s la/s mejora/s y/o edificaciones realizada/s en el/los mismo/s: para la instalación de la planta industrial, en los parques industriales existentes o a crearse en la Provincia, para el desarrollo del proyecto de inversión, pagaderos en cinco (5) años sin interés, y con un (1) año de gracia. La Autoridad de Aplicación correspondiente, en lo que respecta a proyectos con fines turísticos, determinará en la reglamentación de la presente Ley, un régimen especial para la adquisición de terrenos fiscales destinados a desarrollar los emprendimientos presentados, otorgando especial prioridad a aquellos que se localicen en los lugares que establezca el área competente;
- d) Subsidios para quien contrate beneficiarios del Plan de Inclusión Social Trabajo por San Luis.
- e) Subsidios para la tasa de interés: El Estado Provincial subsidiará a la institución financiera o al inversor según se acuerde al momento de la presentación del proyecto, el total o parte de los intereses que se devenguen en función del crédito otorgado.

19.- PROVINCIA DE SANTA CRUZ.

- Ley N° 1124 / Dtos. 466/79, 999/79, 960/82.
- Destinatarios: todo el territorio provincial.
- Beneficios:
 - a) Exención del Impuesto a los Ingresos Brutos hasta 15 años;
 - b) Exención del Impuesto de Sellos, sobre los contratos de sociedad y sus prórrogas y ampliaciones de capital;

- c) Exención del Impuesto Inmobiliario hasta 15 años;
 - d) Líneas de crédito en condición de fomento.
- Ley N° 1045 – Ley de Turismo.
 - Destinatarios: la construcción, ampliación o remodelación de instalaciones y equipamientos necesarios para la prestación de servicios turísticos y del aprovechamiento de los recursos naturales y de su explotación.
 - Beneficios:
 - a) aportes del Estado Nacional;
 - b) aportes del Estado Provincial;
 - c) Créditos a mediano y largo plazo;
 - d) Avals del Estado Provincial para créditos y obras de envergadura;
 - e) Excepción, reducción, suspensión, desgravación y diferimiento de tributo por períodos determinados;
 - f) Exención y/o reducción de derecho de importación cuando se trate de bienes que no se fabriquen en el país o cuando no cumplan condiciones de calidad y/o plazos convenientes;
 - g) Facilidades para acopio de materias primas o materiales, tarifas y precios preferenciales para servicios o locación de bienes de la Provincia o del Estado Nacional;

20.- PROVINCIA DE SANTA FE.

- Ley N° 6838/72 – Promoción de la actividad hotelera y gastronómica. Decreto Reglamentario N° 1806/73.

- Destinatarios: Todo el territorio provincial.
- Beneficios:
 - a) Venta a precios de fomento de inmuebles de propiedad fiscal;
 - b) Créditos de fomento a otorgarse por bancos oficiales;
 - c) Exenciones y desgravaciones de los impuestos: inmobiliario, actividades lucrativas y sellos.

21.- PROVINCIA DE SANTIAGO DEL ESTERO.

- Ley 6750 Promoción y Desarrollo Industrial / Decreto 1888
- Destinatarios: Proyectos que desarrollen infraestructura turística en todas sus áreas.
- Beneficios:
 - a) Devolución de hasta un treinta por ciento (30%) de la inversión nueva realizada o de la ampliación de las existentes en un plazo que no podrá exceder los cinco (5) años, contados efectivamente a partir de la primera producción efectuada, en ambos casos considerados en términos del proyecto de inversión;
 - b) Reintegro de hasta el cincuenta por ciento (50%) o crédito fiscal a los efectos del pago de futuros impuestos por las inversiones en infraestructura;
 - c) Exención de tributos provinciales existentes o a crearse, por un plazo de hasta diez (10) años, y en forma total o escalonada;
 - d) Facilidad para la compra, locación o comodato con opción a compra dentro del plazo de los cinco (5) años y leasing, de bienes muebles e inmuebles del estado provincial;

- e) Asistencia y asesoramiento técnico por parte de los organismos del Estado, tanto en aspecto administrativo como tecnológico y financiero;
- f) Apoyo y participación estatal en la gestión de exenciones y reducciones impositivas, tarifarias, medidas de promoción o amparo y otras franquicias en el orden nacional o municipal;
- g) Subsidios de hasta el cincuenta por ciento (50%) a la tasa de interés de la línea crediticia para las empresas promocionadas.

22.- PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR.

- Ley N° 19.640 - Régimen Especial Fiscal y Aduanero / Decreto N° 9208/72
- Destinatarios:
 - a) Todos los sujetos que desarrollen actividades en la jurisdicción de la Isla Grande de Tierra del Fuego (sector argentino);
 - b) Mercaderías (incluyendo aquellas que coadyuven a la atracción turística);
 - c) Importación de mercadería y/o bienes de capital;
- Beneficios:
 - a) Exenciones Impositivas: Exención impositiva nacional (impuestos nacionales)
 - b) Reducción o exención total de derechos de importación.
 - c) Exime del pago de depósito previo u otros requisitos cambiarios; derechos; impuestos; contribuciones especiales, y tasas a la importación, incluso Fondo de Marina Mercante.

- d) Exime del pago de depósito previo u otros requisitos cambiarios; derechos; impuestos; contribuciones especiales, y tasas a la importación, incluso Fondo de Marina Mercante.

- Ley N° 440 – Ley Impositiva.

- Destinatarios: Todos los sujetos que realicen construcción, reformas o reparación de edificios.

- Beneficios: Alícuota 0%

23.- PROVINCIA DE TUCUMAN.

- Leyes N° 3805 y 6163.

- Destinatarios: Actividades turísticas en general.

- Beneficios: Otorgamiento por parte del Estado Provincial de concesiones, donaciones y permisos para realizar actividades en la zona.

- Ley N° 7886 – Sistema de fomento a la inversión en zonas que se determinen como Áreas Turísticas

- Destinatarios: Construcción, ampliación y equipamiento de establecimientos turísticos, incluidos los servicios accesorios; de esparcimiento o entretenimiento.

- Beneficios:

- a) Exención de incrementos de la carga tributaria provincial durante quince (15) años.
 - b) Reintegro de Inversiones:
 - 1.- Cuando se trate de inversiones que ocupen mano de obra intensiva o cuando se trate de proyectos sobre actividades declaradas de interés estratégico para la economía de la Provincia, declarada en fundadas razones por el Instituto de Desarrollo Productivo, el reintegro será del 30%.
 - 2.- Cuando las obras de infraestructura incluyan bienes de utilidad pública, admitidas por las normas vigentes, el reintegro será del 50%.

Los reintegros previstos, se harán mediante la entrega de certificados de crédito fiscal transferible y registrable.
 - c) Facilidades para la compra, locación, leasing de bienes inmuebles de propiedad del Estado provincial, situados dentro de las zonas que se determinen como Parque o Área Industrial, o Área Turística. En caso de compra, el beneficio podrá consistir en la financiación del precio en un plazo de cinco (5) años sin interés, con un período de gracia de dos (2) años a partir de la puesta en funcionamiento del emprendimiento productivo.
 - d) Asistencia y asesoramiento técnico a cualquier tipo de proyecto.
 - e) Subsidio de hasta el 50% (cincuenta por ciento) en las tasas de interés de líneas crediticias otorgadas en virtud de convenios suscriptos con entidades financieras aprobados por la Honorable Legislatura. Otorgamiento de préstamos para inversión, conforme lo determine la reglamentación.
-