

## **INFORME FINAL**

### **ANEXO VII**

#### **Acciones de Capacitación**

## Parte 1 - Programa

### Fundamentación

El plan de gestión turística presentado buscaba, de manera consciente y deliberada, la creación de fuerzas locales con capacidad de llevar adelante los procesos que hacen al devenir turístico, como parte de las estrategias de desarrollo desde y para lo local.

### Objetivos

#### Objetivo general

Que el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa disponga de un programa de capacitación, formación y divulgación que le permita, a los actores públicos y privados locales, llevar adelante el Plan Operativo de Gestión Turística Formosa 2026.

#### Objetivos específicos

- Seleccionar, dentro de los temas identificados en el Diseño Estratégico elaborado en los años 2016 y 2017, aquellos temas y grupos de destinatarios principales para lograr los mayores efectos positivos posibles a través de las acciones del Programa.
- Potenciar las otras acciones de capacitación que el Ministerio de Turismo de Formosa tenga ya planificadas o que incorpore mientras se diseña el plan de gestión dentro del cual se inserta este Programa.
- Acompañar los procesos de cambio a través de acciones de *coaching*.

### Destinatarios

El Programa de Capacitación se elaboró teniendo en consideración a varios grupos de destinatarios.

1. Comunidad en general.
2. Emprendedores, empresarios, inversores y otros desarrolladores turísticos que actualmente ya participan del sistema o que consideran hacerlo en el corto o mediano plazo.
3. Personal del Ministerio de Turismo de la provincia y de las Direcciones Municipales de Turismo.
4. Funcionarios con responsabilidad de gestión en las áreas naturales protegidas.
5. Gestores culturales.
6. Docentes e investigadores en carreras de turismo que se dicten en la Provincia.
7. Estudiantes de turismo residentes en la Provincia.

## **Metodología**

El Programa contempló el diseño de tres formatos:

- 1.1. Acciones de divulgación.
- 1.2. Acciones de formación y *coaching* / mentoreo.<sup>1</sup>
- 1.3. Acciones de capacitación y/o asistencia técnica.

Las primeras se pensaron como destinadas a la comunidad en general, excepto que se tratase de algún tema muy particular y dirigida a un público seleccionado *ad hoc*. Se planificaron como instancias sensibilizadoras.

Las acciones de formación y *coaching*/mentoreo fueron las principales, y estuvieron destinadas básicamente al personal del Ministerio de Turismo de Formosa y a funcionarios y personal de las áreas municipales de turismo.

Las acciones de capacitación y/o asistencia técnica se orientaron a emprendedores, inversores, funcionarios públicos provinciales y municipales, empleados, autoempleados y otras personas que ya participan en actividades vinculadas a las ofertas turísticas actuales o de futuro, y a quienes consideran que se incorporarán a ellas en el corto o mediano plazo.

Estas acciones fueron planificadas con formatos flexibles, individuales o grupales conforme se conveniencia y de acuerdo a las dinámicas y requerimiento del desarrollo turístico.

## **Responsables**

Las diferentes instancias estuvieron a cargo de los profesionales y especialistas que conforman el equipo externo de la elaboración del Plan Operativo de Gestión Turística Formosa 2026, abordando los diferentes tópicos que conforman el entramado de temáticas previstas.

## **Cronograma inicial**

En principio, y en función de las acciones de capacitación que el Ministerio de Turismo de Formosa ya tenía planificadas por sí o en acuerdo con otros organismos, se consideraron las siguientes, indicándose tipo de actividad, temática, especialistas y lugares estimados. Este cronograma se fue ajustando conforme la dinámica del devenir cotidiano.

---

<sup>1</sup> Mentoreo es un neologismo. Se toma del inglés “*mentoring*”, que es la acción de quien ejerce como mentor.

MES	INSTANCIA	TEMÁTICA	ESPECIALISTAS	LUGAR
Septiembre/17	Divulgación	Aprovechamiento de los recursos naturales y culturales	Lic. Cecilia Camou. Lic. Carlos Fernández Mg. Gustavo Capece Mg. Gustavo Silguero Sr. Pedro García Demestres	Ciudad de Formosa
	Asistencia técnica	Asesoramiento a inversores	Mg. Gustavo Capece Dra. Karina Barreiro Lic. Cecilia Camou Lic. Carlos Fernández	
	Formación	Responsabilidades de los gobiernos locales en la prestación de servicios turísticos	Dra. Karina Barreiro Mg. Gustavo Capece	
Noviembre/17	Capacitación	Concepto e imagen de marca – primeros resultados de las investigaciones realizadas.	Lic. Patricia Ruiz	Ciudad de Formosa
	Asistencia técnica	Asesoramiento a emprendedores e inversores en diseño de productos turísticos	Mg. Gustavo Capece Téc. Osvaldo Lombardi	Ciudad de Formosa. Localidad a definir.
Marzo/18	Formación	Marca turística: uso y responsabilidades	Lic. Patricia Ruiz Arq. Alejandro Capece	Ciudad de Formosa
	Divulgación	Concepto e imagen de marca.	Lic. Patricia Ruiz. Arq. Alejandro Capece	Ciudad de Formosa
	Capacitación	Oportunidades del turismo cultural y en espacios naturales	Lic. Cecilia Camou Lic. Carlos Fernández Balboa	Ciudades de Laguna Blanca, Las Lomitas y Pozo del Tigre
	Divulgación	Oportunidades del turismo cultural y en espacios naturales	Mg. Gustavo Capece Lic. Cecilia Camou Lic. Carlos Fernández Balboa	Ciudades de Formosa y otra a definir.
	Formación	La planificación de uso de las redes sociales en las páginas oficiales de turismo	Lic. Alejandro López	Ciudad de Formosa
	Divulgación	La planificación de uso de las redes sociales en empresas y destinos turísticos	Lic. Alejandro López	Ciudad de Formosa
Abril – Mayo/18	Formación	Aprovechamiento de los resultados del diseño de gestión	Mg. Gustavo Capece Lic. Patricia Ruiz Lic. Leticia Estévez Téc. Osvaldo Lombardi	Ciudad de Formosa

## Parte 2 – Actividades concretadas

En el tiempo que demandó el Diseño Operativo de Gestión Turística Formosa 2026 se concretaron las siguientes actividades, cuyo número supera ampliamente el mínimo previsto en los Términos de Referencia.

MES	INSTANCIA	TEMÁTICA	ESPECIALISTAS	LUGAR
Septiembre /17	Divulgación	Aprovechamiento de los recursos naturales y culturales	Lic. Cecilia Camou. Lic. Carlos Fernández Mg. Gustavo Capece Mg. Gustavo Silguero Sr. P.García Demestres	Ciudad de Formosa
	Formación	Responsabilidades de los gobiernos locales en la habilitación y control de servicios turísticos	Dra. Karina Barreiro Mg. Gustavo Capece	
	Asistencia técnica	Asesoramiento a inversores	Mg. Gustavo Capece Dra. Karina Barreiro	
	Asistencia técnica	Asesoramiento a emprendedores	Lic. Cecilia Camou Lic. Carlos Fernández	
	Asistencia técnica	Asesoramiento para la elaboración del protocolo de alojamientos sustentables.	Lic. Cecilia Camou	
	Asistencia técnica	Asistencia al equipo de comunicación sobre aspectos legales y prácticos en las comunicaciones promocionales	Dra. Karina Barreiro Lic. Patricia Ruiz Mg. Gustavo Capece	
Noviembre/ 17	Formación	Concepto e imagen de marca	Lic. Patricia Ruiz	Ciudad de Formosa.
	Asistencia técnica	Registro de alojamientos turísticos	Dra. Karina Barreiro	
	Formación	Asesoramiento sobre derecho del turismo y defensa del consumidor	Dra. Karina Barreiro	
	Asistencia técnica	Asesoramiento al Ministerio de Turismo sobre la toma de estadísticas en Herradura	Mg. Gustavo Capece	
	Asistencia técnica	Asesoramiento a Intendentes en diseño de productos turísticos	Mg. Gustavo Capece	
Marzo/18	Formación	La planificación de uso de las redes sociales – sector público.	Lic. Patricia Ruiz Lic. Alejandro López	Ciudad de Formosa
	Asistencia técnica	Mejora de la oferta turística de la ciudad de Herradura	Mg. Gustavo Capece Lic. Patricia Ruiz Téc. Osvaldo Lombardi Lic. Cecilia Camou	Herradura
Abril/18	Asistencia técnica	La planificación de uso de las redes sociales – Guía de actividades semanales	Lic. Leticia Estévez	Actividad realizada a distancia
		Apoyo a la estructuración de ofertas de baja temporada en Herradura	Lic. Patricia Ruiz	Formosa y a distancia
	Divulgación	Taller de identidad patrimonial	Lic. Carlos Fernández Balboa	Formosa
	Divulgación	Las aves y su observación en la cultura argentina		

## **2.1. Aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.**

La actividad se concretó en la ciudad de Formosa el día 28 de septiembre de 2017, en concordancia con el Día Internacional del Turismo y como parte del programa de la Semana del Turismo organizada por el Ministerio de Turismo de Formosa. Las ponencias adoptaron el formato exposiciones a cargo de la Lic. Cecilia Camou, la Dra. Karina Barreiro y el Lic. Carlos Fernández Balboa. Se sumó a esta actividad el Sr. Pedro García Demestres, quien si bien no es parte del equipo técnico de este trabajo, su rol de elaborador de las características del Centro de Descubrimiento del bañado La Estrella lo vuelve un actor con quien también se coordinan las actividades de capacitación, divulgación y formación. .

El listado de participantes es el siguiente:

*Diseño operativo de gestión turística Formosa 2026*

Nro	Apellido y Nombre	Cargo	Teléfono	Email	Localidad
1	Prof. Antonio Alfredo Jara	Subsecretario de Cultura			Formosa
2	Ing. Jorge Jofré	Intendente de la Ciudad de Formosa			Formosa
3	Bordón, Julián	Intendente de la Localidad de Gral. Güemes			Gral. Güemes
4	Raúl Antonio D`Zackich	Intendente de la Localidad de Palo Santo	3704697356		Palo Santo
5	De Yong, Alfredo Andrés	Intendente de la Localidad de Pozo del Tigre	3704703116	abdesdeyong@hotmail.com	Pozo del Tigre
6	Rivero, Luis	Intendente de la Localidad de San Martín II	3704414692	luisriverosm2@hotmail.com	San Martín II
7	Buiatti Graciela	Subsecretaría de Cultura		gracielabuiatti@yahoo.com.ar	Formosa
8	Stock Érica	Subsecretaría de Cultura	3704274255	erica.stock@hotmail.com	Formosa
9	Zulma Elizeche	Subsecretaría de Cultura	3704236534	zulmaelizeche@gmail.com	Formosa
10	Analía Heinzenreder	Subsecretaría de Cultura			Formosa
11	Mario Romay	Subsecretario de Deportes			Formosa
12	Salinas Eusebio	UTHGRA Filial Formosa	3704552110		Formosa
13	Amarilla Graciela	Ministerio de Turismo	231444	gramabel@live.com.ar	Pirané
14	Meneghini Graciela	Ministerio de Turismo	3718581144	gracemeneghini@gmail.com	Clorinda
15	Salomón Cristina	Dirección de Turismo Municipal	3704671555	turismo@formosatuciudad.gov.ar	Formosa
16	Crio. My. Walter Hugo Díaz	Policía de la Provincia	3704040149		Formosa
17	Of. Ppal. Marcelo Ruiz	Policía de la Provincia			Formosa
18	Liliana Abbate	Parroquia Sta. Rosa de Lima	3704264491	abbateliliana@hotmail.com	Pirané
19	Soloaga, Walter	FEHGRA Filial Formosa			Formosa
20	Avalos, Bernardo Fabio	Cabaña los Troncos	3704761265	constructoraavalosf@gmail.com	Herradura

Nro	Apellido y Nombre	Cargo	Teléfono	Email	Localidad
21	Miño, Pablo	El Cortijo Cabañas	3704305371		Herradura
22	Ledesma, Carlos Daniel	Flores de Herradura	3704602095	danielledesma350@gmail.com	Herradura
23	Infantino Gisela	Jabirú Avistaje	1150137526	giselainfantino@gmail.com	Laguna Blanca
24	Fruhwald Ricardo	Fruhwald Turismo y Aventura	3704711947	fruhwaldturismoyaventura@gmail.com	Herradura
25	Reinaldo Saporiti	El Anzuelo			Herradura
26	Sra. De Saporiti	El Anzuelo			Herradura
27	Sandoval, Rodrigo		3704647358	yayo_v@yahoo.com.ar	Formosa
28	Benítez, Cecilia		3704805210	benitezandreacecilia@gmail.com	Formosa
29	Gómez, César Gustavo	Estancia Rural San Miguel	3704905501	dr Gomezgustavo@hotmail.com	Pirané
30	Rojas, José Luis	UTHGRA Filial Formosa	3704218326	rojasuthgrafsa@gmail.com	Formosa
31	Encina, Sixto	UTHGRA Filial Formosa	3704609311	-	Formosa
32	Moya, Juan Carlos	Dirección de Turismo Municipal	3704407762	juancarlosmoya2@hotmail.com	Formosa
33	Cabrera, Gustavo	Dirección de Turismo Municipal	3704264692	cabreragustavo@gmail.com	Formosa
34	Rojas, Alfredo	Turismo Independiente	3704854246	alfredojorgerojas@hotmail.com	
35	Beck, Alejandro	Subsecretaría de Cultura	3704762922	alejobeck@hotmail.com	Formosa
36	Rivero, Diomar	Parroquia Sta. Rosa de Lima	3704860181	diomarpalacios@live.com	Pirané
37	Hever, Silvina	Fsa Turismo Independiente	3704566616	silvinahever@hotmail.com	Formosa
38	Blasich, Lía Julieta	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718455989	liajulietaacristal@gmail.com	Laguna Blanca
39	Segovia, Mario	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718636026		Laguna Blanca
40	Agüero, Marcia	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718447270		Clorinda



<b>Nro</b>	<b>Apellido y Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Email</b>	<b>Localidad</b>
41	Rivero, Silvia	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718579437		Laguna Blanca
42	Erazo, Fernando	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718558946		Laguna Blanca
43	Cáceres, Matías	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718403171		Siete Palmas
44	Martínez, Cynthia	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718593882		Siete Palmas
45	Giménez, Brian	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718465457		Herradura
46	Guerrero, Andrea	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3704292354		Herradura
47	Isasa, Bárbara	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718683695		Laguna Blanca
48	Alonso, Matías	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718579667		Laguna Blanca
49	Lezcano, Enzo	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718598421		Clorinda
50	Ponce de León Ma. Cristina	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718562793	maria1996poncedeleon@hotmail.com	Laguna Blanca
51	González, Víctor	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718417501	victorgoinzalez1711@gmail.com	Laguna Blanca
52	Rodas, Rosalía	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718460530	rosalia199723@gmail.com	Laguna Nainack
53	Fernández, Susana	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718591392	susyfernandez_678@hotmail.com	Laguna Blanca
54	Mendieta, Johanna	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3718598935	johannamendieta1992@gmail.com	Laguna Blanca
55	Rojas, Camila Janet	Estudiante IUF Laguna. Blanca	3704603263	camilajanetrojas212184@gmail.com	Laguna Blanca
56	Martínez, Héctor	Coordinador Lic. en Turismo	3718450625	hectormartinezalvarez@gmail.com	Laguna Blanca

NOTA: varios funcionarios y parte de las autoridades gubernamentales se retiraron antes del inicio de las disertaciones.

Las fotos que se incorporan ilustran en parte la reunión y las actividades.



Presentación del trabajo y ponencias



Presentación del trabajo y ponencias



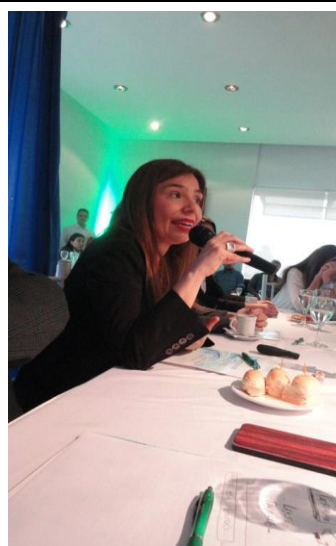
Presentación del trabajo y ponencias



Presentación del trabajo y ponencias



Presentación del trabajo y ponencias



Presentación del trabajo y ponencias

## **2.2. Responsabilidad de los gobiernos locales en la habilitación y control de servicios turísticos.**

La actividad se desarrolló dentro de las ponencias de presentación del Diseño operativo para la gestión turística – Formosa 2026 y estuvo a cargo en la presentación del tema del Mg. Gustavo Capece y en su desarrollo de la Dra. Karina Barreiro.

La lista de asistentes se indicó en el apartado anterior.

## **2.3. Asesoramiento a potenciales inversores**

Se concretó a través de un encuentro realizado en la ciudad de Formosa el día 29 de septiembre de 2017. El primero destinado a potenciales inversores, que contó con la presencia de 17 personas que están planificando inversiones nuevas o complementarias en actividades turísticas, especialmente en alojamientos.

El encuentro fue organizado por el Ministerio de Turismo de la provincia, y participaron como autoridades el Sr. Ministro, Lic. Ramiro Fernández Patri y colaboradores. También estuvo presente el Sr. Emilio Javier Oilhaborda, quien concurrió en nombre del Consejo Federal de Inversiones.

La lista de los presentes y fotos del evento se incorporan en el Anexo III – Parte 5, como parte de las acciones vinculadas con la agenda de promoción de inversiones.

## **2.4. Asesoramiento a emprendedores**

Si bien fue una actividad de formación y asistencia técnica, los detalles se incluyen en el Anexo III – Parte 5 del Presente Informe Final, toda vez que también fue parte de la agenda de promoción de inversiones.

## **2.5. Asesoramiento para la elaboración de un protocolo de alojamientos sustentables**

El mismo tuvo diversas instancias, comenzando en el mes de septiembre de 2017 y finalizando con la elaboración de los lineamientos de gestión ambiental insertos en el Anexo III del presente Informe Final.

## **2.6. Asistencia al equipo de comunicación sobre aspectos legales y prácticos en las comunicaciones promocionales**

La actividad estuvo dirigida al equipo de comunicación del Ministerio de Turismo de Formosa. Tuvo un formato de intercambio de ideas sobre cuestiones legales y prácticas que hacen a las comunicaciones turísticas. En especial se consideraron los temas relacionados con la forma de mención de las empresas privadas en las páginas web del Ministerio y en las redes sociales que administra este organismo.

De la actividad participaron las siguientes personas:

- Constanza Moreno
- Milton Bordo

- Paula Tiebas
- Yanina Cardozo
- Cecilia Hauff
- Juan Manuel Ojeda
- Diego Gustavo Medina
- Gastón Flores

## 2.7. Concepto e imagen de marca

El día martes 21 de noviembre de 2017 se realizó en la ciudad de Formosa un encuentro con todo el equipo del Ministerio de Turismo de Formosa con el objetivo fue presentar los resultados preliminares de las investigaciones realizadas, a través de fuentes primarias y secundarias, tendientes a la generación del concepto e imagen de marca turística de la Provincia. La actividad central estuvo a cargo de la Lic. Patricia Ruiz, y la lista completa de los asistentes es la siguiente:

Gustavo Silguero	Jorge Ferro
Mariana Calabroni	Roxana Báez
Ruth Schaber	Constanza Moreno
Félix Rave	Cecilia Camou
Gustavo Capece	Julio Durán
Marcela Saguier	Laura Bareiro
Cecilia Giménez	Patricia Ruiz


Se utilizó el material gráfico en soporte digital que se ha incorporado en el Anexo II del presente Informe Final, trabajándose fundamentalmente sobre los temas que se incorporan a continuación:

## ¿Cómo promocionar Formosa?

**Consistencia entre turistas y no turistas:**

- Viajes integrados con otros destinos: Chaco, Corrientes
- Paquete de 4 o 5 días que incluya traslados, excursiones. Podría combinarse con tour de compras en Paraguay (atrae la cercanía con Asunción -ciudad Capital- y sus oportunidades de compras de artículos importados y marcas internacionales a precios convenientes).
- **ATRATIVOS:**
  - Naturaleza: costanera; reservas; aventura y desafío (fauna salvaje avistamiento de aves)
  - Pesca
  - Historia: pueblos originarios y ruinas
  - Gastronomía: explotar la pesca y las comidas típicas
  - Costanera de día y de noche (cena y música)
  - Festividad típica → “gancho” que traccione el interés, que llame a visitarla (ídem carnavales Entre Ríos)

**DESTINATARIO:** para toda la familia; para todos los gustos



**DIVERSIDAD:**  
Explotar la Costanera;  
explotar la selva.  
Promocionar la cultura, historia y pueblos originarios

Tranquilidad.  
Cordialidad y hospitalidad

## Recomendación de turistas



*"Yo le diría ¿quieres tomarte unos días, descansar, aire natural? es súper tranquilo"*  
MUJ 25-45

*"Recomendaría en vacaciones de invierno si tienen ganas de ponerse en contacto con la naturaleza y para los chicos es alucinante, la flora, la fauna, la diversidad. Le hablaría de la cara de asombro de mi nene"*  
HOM 25-45

*"Diría que es un lugar para disfrutar descansar, estar en contacto con la naturaleza, recomendaría que vayan al Parque Nacional Pilcomayo"* MUJ 25-45

*"Diría que se van a sorprender, yo me sorprendí, creí que era árido, que no había nada y me sorprendió la flora y fauna; la Costanera..."* HOM 25-45

- ◆ Aparece como una **nueva tendencia**, el segmento **"MADRE - HIJA"** (adulta), compartiendo viajes de compinches; reencuentro. Para este nuevo público, la oportunidad de combinar relax con salidas "de mujeres" (spa, compras, etc.) es sumamente atractivo.
- ◆ Se observa un **alto interés por los pueblos originarios** (+ entre **mujeres de + 60**). Motiva la posibilidad de conocerlos sin "intervenciones ni interlocutores": escucharlos, ver cómo viven su vida cotidiana; aprender de sus saberes ancestrales.
- ◆ Del mismo modo se observa **curiosidad por conocer mitos y leyendas locales**, pero contadas por sus narradores genuinos → búsqueda del contacto personal, de la historia "que se cuenta", como un retorno a la tradición oral, que encierra la ilusión de "lo verdadero".

- ❖ Formosa es un **destino “desconocido”, pero no rechazado**. No se observan grandes barreras entre los NO turistas → fortaleza, por tratarse de un destino que no se muestra.
- ❖ En el imaginario, **no aparecen barreras negativas**, por el contrario, se disparan imágenes que apelan a los gustos y necesidades del target:  
**Tranquilidad - naturaleza - diversidad - sorpresa**
- ❖ **Esperan que Formosa “les hable, se muestre y los convoque”**. Proyectan un destino con muchas opciones “escondidas”: necesita promoción y entrar dentro del circuito turístico. Ellos, están dispuestos a “dejarse sorprender”,
- ❖ Una **combinación de paz, naturaleza salvaje y cordialidad** que puede resultar muy atractiva, si se ofrece como una escapada, con paquetes que propongan diversidad y tranquilidad (desde pesca hasta compras; desde atardeceres hasta aventura en las reservas).

- ◆ **Formosa no presenta grandes barreras, a pesar de ser desconocida** (no ha sido impregnada por una mala imagen en relación con la pobreza, por ejemplo). **Hay una Formosa oculta que necesita revelarse; hablar, mostrarse y compartir sus atractivos turísticos**. El target por su parte, está dispuesto a dejarse sorprender.
- ◆ El interés por conocerla puede ser “traccionado” con **paquetes de “escapadas” (3/4 días) con las excursiones incluidas**: que ofrezcan diversidad (reservas y parque nacionales; costanera con gastronomía típica y opciones nocturnas).
- ◆ Se piensa como un **destino “combinado” (no exclusivo)** → esto responde también al desconocimiento, que lleva a tomar ciertos recaudos que minimicen el riesgo:
  - **combinada con Chaco, Corrientes o Salta** → capitalizando la percepción del target del “Norte” como una “marca registrada” en turismo que incluye indistintamente desde NOA hasta Mesopotamia, por ejemplo.
  - **combinada también con Asunción (Paraguay)** para “tour de compras”



Se agregan algunas fotos del encuentro,



## **2.8. Registro de alojamientos turísticos**

El día 25 de noviembre de 2017, en reunión mantenida con la Dra. María Alejandra Silva, perteneciente al *staff* del Ministerio, en la cual se analizaron aspectos relacionados con el inventario y registro de alojamientos turísticos. Si bien la futura ley de alojamientos turísticos conllevará varias modificaciones sobre el régimen actual, disponer de un listado de los datos esenciales (nombre, dirección, email, teléfono, cantidad de habitaciones y de plazas y, en algunos pocos casos, categoría) siempre son útiles.

Uno de los temas que más preocupa a las autoridades provinciales es la falta de constancia de habilitación municipal de estos establecimientos, y se coincidió en la necesidad de solicitar, a las autoridades de cada localidad, el dato preciso de la resolución u acto administrativo que otorga dicha habilitación.

La cuestión de fondo tiene que ver con uno de los temas que la Dra. Karina Barreiro abordó en su actividad de los días 28 y 29 de noviembre (punto 2.10 siguiente), referida a las responsabilidades concurrentes frente a riesgos y/o daños que pudiesen sufrir los pasajeros de los alojamientos.

La Dra. Silva elaboró un primer texto, el que luego fue ajustado conforme propuestas y diálogos mantenidos entre el director del presente trabajo y ella.

La actividad implica un resultado altamente positivo, toda vez que ahora el Ministerio cuenta con un inventario bastante realista de los alojamientos turísticos, y si los gobiernos municipales responden el pedido, también se conocerá el nivel de formalidad administrativa.

## **2.9. Derecho del turismo y defensa del consumidor**

Los días martes 28 y miércoles 29 de noviembre se realizaron en la ciudad de Formosa dos encuentros a cargo de la Dra. Karina Barreiro destinados a compartir

conocimientos y brindar asistencia técnica a las abogadas del Ministerio de Turismo de Formosa y al personal del área de Defensa del Consumidor del gobierno formoseño. Esta actividad es adicional al programa de capacitación elaborado al inicio del trabajo, y responde a una solicitud específica de las autoridades del Ministerio provincial.

La lista de asistentes a ambos encuentros es la siguiente:

<b>NOMBRE y APELLIDO</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
Mariela Saguier	Ministerio de Turismo	3704 713615
Roxana Montelbino	Ministerio de Turismo	3704788936
María Palavecino	Defensa del Consumidor	3704231093
Gladys Espinoza	Defensa del Consumidor	3704551794
Myriam Gómez Machado	Defensa del Consumidor	3704367606
Silvio Benítez	Defensa del Consumidor	3704577813
María Ortiz	Defensa del Consumidor	3704584690
Roxana Alvarenga	Defensa del Consumidor	3704629560
Lucía Fernández	Defensa del Consumidor	3515603848
María Acevato	Ministerio de Turismo	3704250539
Rosa Giménez	Ministerio de Turismo	3704594773
Laura Bareiro	Ministerio de Turismo	3704705710
María A. Silva	Ministerio de Turismo	3704720716

La modalidad utilizada fue la de exposición con apoyo de diapositivas y mucho diálogo con los asistentes.

El programa de los temas analizados fue el siguiente.

### **Tema genérico: Legislación turística y defensa del consumidor**

Temas específicos:

- El turismo en la Constitución Nacional.
- Legislación turística a nivel nacional.
- Jurisdicción y competencias en materia turística (del Estado Nacional, los Estados Provinciales y los Estados Municipales).
  - El federalismo en la Constitución Nacional.
  - La asignación de competencias.
  - Supremacía constitucional.
  - Competencias respecto al ambiente y el patrimonio integral.
- Política turística.
- Servicios turísticos y protección al consumidor.
  - Agencias de viajes.
  - Alojamientos turísticos.
  - Profesionales y guías de turismo.
- Ley Nacional de Turismo 25997.



- Objeto.
- Principios rectores.
- Turismo receptivo.
- Autoridad de aplicación. Deberes y derechos.
- Consejo Federal de Turismo.
- Instrumentos de la ley.
- Turismo social.
- Ley de turismo para la Provincia de Formosa
  - Ley actual 1484.
  - Ley propuesta.
- Historia y marco normativo de las agencias de viajes.
- Ley de turismo estudiantil.
- Legislación referida a alojamientos turísticos.
  - Legislación nacional.
  - El contrato de hospedaje en el nuevo Código Civil.
  - Categorización hotelera.
- Turismo accesible.
- El contrato de turismo como contrato de consumo.
  - El derecho del consumidor.
  - El turismo en el derecho del consumidor.
  - El contrato de consumo.
  - Responsabilidades.
  - Jurisprudencia.
  - Publicidad. Publicidad engañosa.
  - Deber de información.
  - Trato digno. Prácticas abusivas.
  - Rescisión.
  - Ventas a crédito.
- Transporte aéreo de pasajeros.
- El derecho de arrepentimiento en el nuevo Código Civil.
- Transporte marítimo y fluvial.
- Asistencia al viajero.
- Cuestiones procesales.
- Conclusiones.

Se agregan fotos de los encuentros.



Al final de las jornadas los asistentes expresaron su satisfacción por los aportes brindados, y de qué manera éstos implican una verdadera ayuda para sus labores cotidianas.

## **2.10. Aportes para encuestas de verano en Herradura**

Durante el mes de noviembre de 2017 el director del presente trabajo recibió un pedido de asesoramiento sobre cómo realizar encuestas en los meses de verano en la localidad de Herradura. Se sugirió lo siguiente:

- Realizar las encuestas tanto a los turistas que ingresan a la localidad como a quienes ya se retiran.
- Incorporar aspectos referidos a cuestiones que luego se vuelven datos cuantitativos, en especial:
  - Composición del grupo
  - Edades (por rangos)
  - Días de estadía
  - Reiteración de viaje
  - Lugar de procedencia
  - Lugar de alojamiento
  - Medio de movilidad
  - Medios de información sobre el destino
- Incluir consultas referidas a las vivencias turísticas, en especial respecto a:

- La ciudad en su conjunto
- Los servicios de restaurantes
- Los servicios relacionados con el balneario
- El alojamiento utilizado
- Excursiones

El resultado esperado es que, luego de realizada y procesada esta encuesta, el Ministerio de Turismo de Formosa cuente con mayores datos estadísticos que pueden volverse información adecuada para toma de decisiones.

### **2.11. Asesoramiento a Intendentes sobre diseños de productos turísticos**

La actividad se concretó de manera presencial con los Intendentes de las ciudades de Formosa, Herradura, Pozo del Tigre e Ibarreta, por teléfono con el Sr. Intendente de Riacho He Hé y se dejó material al personal del Ministerio de Turismo de Formosa para que le llegue a los Intendentes de Laguna Blanca, Clorinda y El Colorado.

Los contenidos de estos encuentros se incorporaron en el Anexo V – Parte 2 del presente Informe Final.

### **2.12. La planificación de uso de las redes sociales – sector público.**

- La actividad se concretó durante los días 12 y 13 de marzo de 2018, con un total de 8 horas de trabajo.
- El objetivo fue brindar asistencia técnica a quienes trabajan en la comunicación turística respecto al aprovechamiento de las redes sociales.
- La metodología fue la de exposición de material teórico y práctico, con análisis de diferentes situaciones y realización de ejercicios. A tal fin, cada asistente contaba con una laptop que permitió un trabajo *on line* permanente.
- Las exposiciones se organizaron y complementaron a través de la proyección de diapositivas, las que se incorporan a continuación.



## TOMAR DECISIONES DE BASE

- **OBJETIVOS** - ¿Qué?
- **PÚBLICO** - ¿A quiénes?
- **PLANIFICACIÓN DE TAREAS** - ¿Cómo?
- **EQUIPO** - ¿Quiénes?
- **PRESUPUESTO** - ¿Cuánto?

## OBJETIVOS

- **GENERALES** sobre la presencia e interacción en redes.
- **ESPECÍFICOS** en cada red social.

*Como todo objetivo, deben ser realistas, alcanzables, medibles, pocos y claros en su redacción.*

La pregunta es:

¿Qué quiero alcanzar con mi presencia en redes?

Seguidores

Motivar al viajero

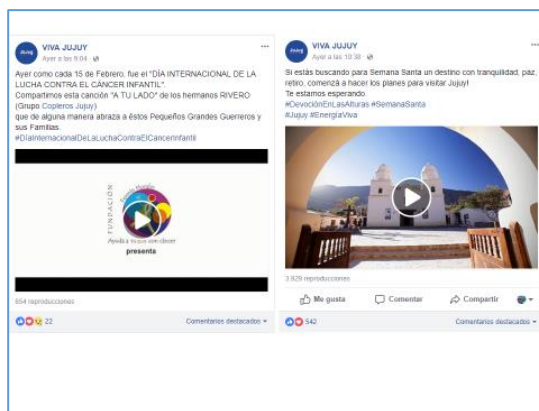
Promover un evento

Promocionar productos

Posicionar al destino

No lo sé

Promocionar  
Motivar  
Estimular  
Persuadir





La participación en redes sociales debe estar signada por un objetivo **HOY** clave:



CONVERSACIÓN



La interacción con el viajero social es clave en tres etapas

1° ETAPA – *Dreaming and planning*

2° ETAPA – *Feeling & booking*

3° ETAPA – *Sharing*

TRABAJAMOS SOBRE UNA PUBLICACIÓN EN FACEBOOK

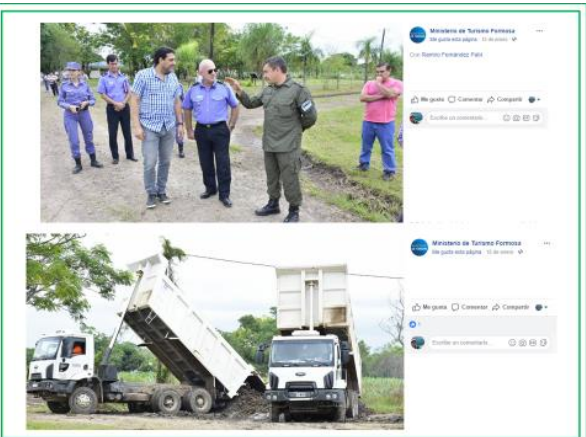
- ¿Con qué objetivo se posteo dicha publicación?
- ¿A quién está dirigida?
- ¿A qué etapa del ciclo del viajero corresponde?
- ¿Tiene un *link* externo hacia el cual se puede continuar para más información?
- ¿Qué harían para mejorar la publicación?

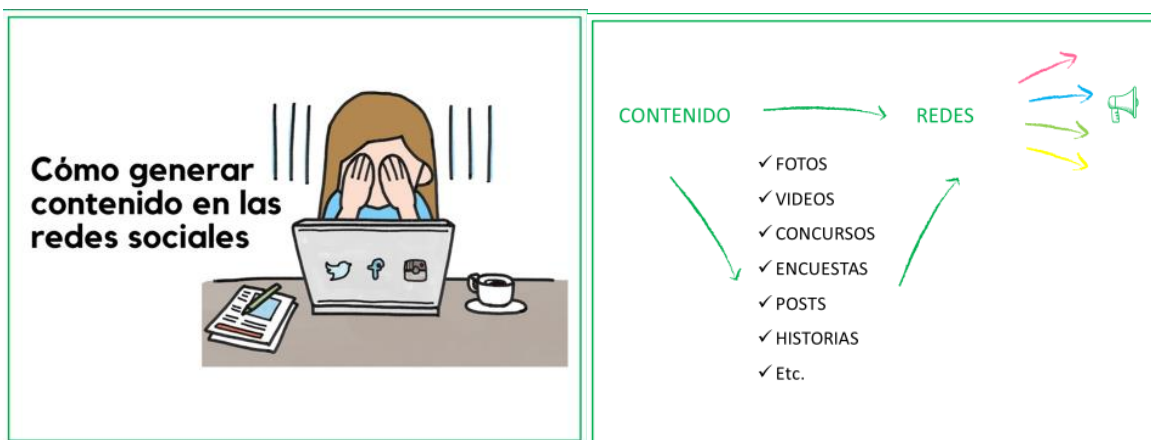
Algunos errores comunes y dilemas

- Se comunican atractivos turísticos y no experiencias.
- Se comunica *gestión institucional* mezclado con *promoción*.
- Promover a los privados, ¿Si o no?
- No se invierte el tiempo necesario a esta tipo de comunicación.
- No se segmentan las publicaciones.
- No se mide ni analiza el impacto de cada posteo.
- Los mensajes que acompañan las publicaciones no son claros.









#### GENERACIÓN DE CONTENIDOS. Aspectos clave:

- Es una de las tareas clave de la planificación.
- Abrir un diálogo (*postear*) sin el contenido adecuado es un riesgo.
- Lleva tiempo y requiere de una visión estratégica del destino y de sus productos.
- Requiera la visión de quienes trabajan en el desarrollo y posicionamiento del destino y sus productos.






#### El contenido debería:

- Reflejar la marca.
- Responder al objetivo del posteo y al mensaje que lo acompaña.
- Respetar cierta estética visual.
- Tener un guion que lo acompañe. (visible o no).
- Contar con su correlato en la *web* oficial.
- Generar impacto positivo en quien lo ve.

#### Se deberá evitar:

- Comentarios sobre política.
- Comentarios sobre religión.
- Discriminación.
- Cosificación de la mujer o exposición de la mujer como atractivo turístico.
- Ignorar aspectos de contexto o coyuntura.



 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foto sin edición:</li> <li>• ¿Qué comunica?</li> <li>• ¿Es la experiencia que un viajero espera de una playa?</li> <li>• ¿Qué recursos turísticos muestra?</li> </ul>	<p>Foto sin edición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué comunica?</li> <li>• ¿Es la experiencia que un viajero espera de una playa?</li> <li>• ¿De qué manera se puede mejorar esta publicación?</li> </ul> 
<p>Foto con edición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uso del logo.</li> <li>▪ Cita el destino.</li> <li>▪ Refleja una experiencia.</li> <li>▪ Respeta reglas de fotografía.</li> </ul> 	 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apunta a un segmento.</li> <li>▪ Refleja experiencia.</li> <li>▪ Foto con edición.</li> <li>▪ No se establece relación con la web.</li> </ul>
<p><b>FOTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apuntar a un segmento.</li> <li>• Estar acompañada por un texto acorde.</li> <li>• Estar acompañada de hashtag.</li> <li>• Deben acompañar la estación del año sobre la cual se postea.</li> <li>• Realizar un buen trabajo de edición.</li> </ul>	<p><b>VIDEOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No abusar de testimonios</li> <li>• Tener un guion previo.</li> <li>• Realizar un buen trabajo de edición.</li> <li>• Duración máxima 30 segundos / 1 minuto.</li> <li>• Definir el público audiencia.</li> </ul> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=OVPbKB0jWjU">https://www.youtube.com/watch?v=OVPbKB0jWjU</a></p>  <p>Bienvenido a tu Encuentro - VIVA JUJUY</p> <p>72,037 vistas</p> <p>Viva Jujuy!</p> <p>Publicado el 13 may. 2014</p> <p>SUSCRIBIRSE 923</p>



<https://www.youtube.com/watch?v=OVPbKB0jWjU>

Bienvenido a tu Encuentro - VIVA JUJUY

72,037 vistas

**Viva Jujuy!**  
Publicado el 13 may. 2014

**SUSCRIBIRSE 323**

Estamos convencidos de que cuando viajás a Jujuy, sin dudas estás yendo al encuentro con un montón de cosas, pero por sobre todo, estás yendo a tu propio encuentro. Argentina es tu mundo. Dale una vuelta por Jujuy. Bienvenido a tu encuentro. Viva Jujuy!

<https://www.facebook.com/VivaJujuy>  
Twitter: <https://twitter.com/SecturJujuy>  
Instagram: <http://instagram.com/turismojujuy>

Categoría: Viajes y eventos  
Licencia: Licencia estándar de YouTube

27 comentarios

<https://www.youtube.com/watch?v=OVPbKB0jWjU>

**Fox TM** · Hace 3 años  
Esta espectacular este Spot, te llega mucho, sigan así!!! :)

**cerro sanmartin** · Hace 1 año (editado)  
Excelente!, pero siempre tan comercial el cerro de los siete colores de Purmamarca y La Tilcara coloniza por los gringos. Omiten lo más hermoso en imponencia, majestuosidad, colorido y fuerza, una de las cosas más propias de La Quebrada de Humahuaca. LOS CERROS MÁS PARADOS Y ALTOS, LOS DE MAIMARÁ, LA PALETA DEL PINTOR, EL CERRO GRAL. SAN

**Florencia Agustina Pera** · Hace 2 años  
Es muy bueno!!


**Maria Delia Gallo** · Hace 2 años  
hermoso emocionante unico divertido

**SERGIO ramos** · Hace 3 años  
Es hermoso jujuy, saludos de Jalisco, México

**Ministerio de Turismo Formosa** está con SETHIA de Torres

La boa curiyú es una especie de managó protegido en la zona del Bañado La Estrella. Es pariente de la anaconda y se destaca por su gran tamaño. Aquí vemos al fotógrafo formoseño Ramon Maldonado, registrándola en su hábitat.

Más información para conocer el Bañado La Estrella en nuestra web: <http://www.formosaturismo.gov.ar/region.../banado-la-estrella/>



262 comentarios

186 veces compartida

Excluye un comentario...

Lito Inesa Alvarado Hermoso: ¡quiero de foto Curiyú! ¡Efectivamente es su hábitat por lo que andar con cuidado y atención en el agua porque pueden haber otros! ¡Gracias!

Me gusta · Responder · 17 nov

Lucy Acuña San Martín: Linda foto de la boa curiyú... saludos Ramon... como siempre sorprendes con tus temas fotográficos.

Me gusta · Responder · 17 nov

Iveta Bruczone: Buenísima foto! ¡Amo a los reptiles! ¡Me encanta!

Me gusta · Responder · 17 nov

Nancy Dancos: Muy linda foto! ¡pero así a comer culebras!

Me gusta · Responder · 17 nov

Iveta García: Por favor si en foto quiere verter!!

Me gusta · Responder · 17 nov

1 respuesta

Celia Geronzi: ¡Ay! ¡nooo!

**HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EDITAR FOTOS Y CREAR FLYERS**

Google Photos


Picasa

GIMP

snapseed

Canva

**FOTO SIN EDICIÓN**



**FOTO CON EDICIÓN**



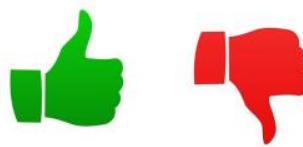


Foto editada con el programa Snapseed en un celular

**SOBRE EL USO DE HASHTAGS**



- # Son etiquetas asociadas al contenido.
- # Facilitan la interacción con los usuarios y la difusión de información relevante sobre los productos, acciones, eventos y noticias.
- # Deben ser:
  - Cortos, precisos y concisos.
  - Fáciles de leer y memorizar.
  - Contextualizados.
  - Sin espacios ni caracteres que no estén disponibles en todos los teclados o que se usen poco.



#### Hashtags que funcionan

#VivaJujuy  
#ViajáPorTuPaís  
#VisitaPerú

#### Hashtags que no funcionan

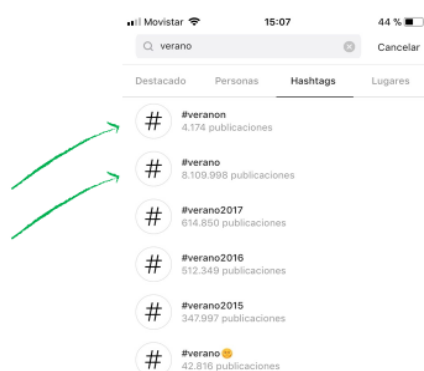
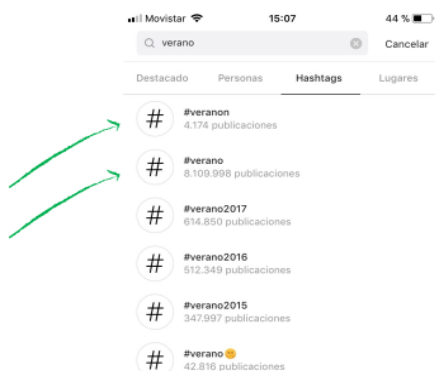
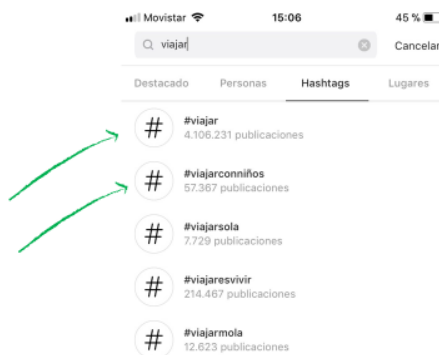
#CatamarcaHermosaPorNaturaleza  
#Veranón  
#FNCR2018

Es importante chequear cuales son los Hashtags que más seguidores tienen.

Hoy los usuarios pueden seguir Hashtags en Instagram.

Cuidar errores de ortografía.

Ejercicio: chequeamos con el celular en mano cuales son los Hashtags más usados por los viajeros y etiquetamos fotos y videos con ellos.  
¡Esto tracciona usuarios!



## ¿CÓMO LOGRAR MAYOR INTERACCIÓN?



## ¿CÓMO LOGRAR MAYOR INTERACCIÓN?



## ANUNCIOS PAGOS EN LAS REDES SOCIALES



## Planificar la participación en redes sociales



## Timeline de contenidos flexible

L	M	M	J	V	S	D
	✓		✓		✓	
Instagram			Instagram		Instagram	
FB	FB		FB			FB
Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter

## ¿Qué y dónde?

CONTENIDO	REDES
Frases y comentarios	Facebook   Twitter
Videos	YouTube   Facebook   Instagram
Eventos	Facebook   Twitter
Notas de interés	Facebook   Twitter
Promociones	Facebook   Twitter   Instagram
Fotos	Facebook   Twitter   Instagram
Concursos	Facebook   Twitter   Instagram

### PONEMOS EN PRÁCTICA LO APRENDIDO

¿Cómo utilizarían las imágenes distribuidas en las redes sociales?

¿En qué red social la publicarían?

¿Qué mensaje acompañaría la foto en cada red social?

¿A quiénes identifican como usuarios de ese posteo?

¿Qué imagen elegirían para un posteo pago? ¿Por qué?

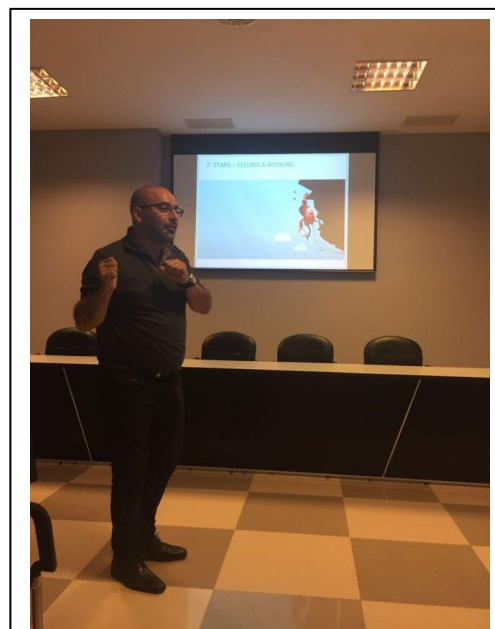
¿Qué #hashtag utilizarían?

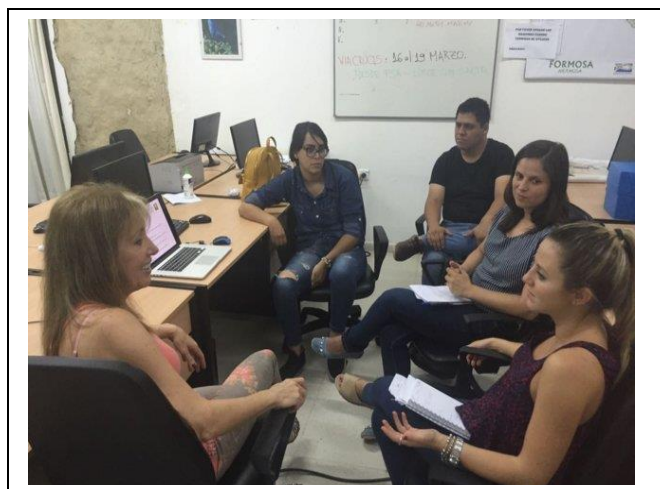
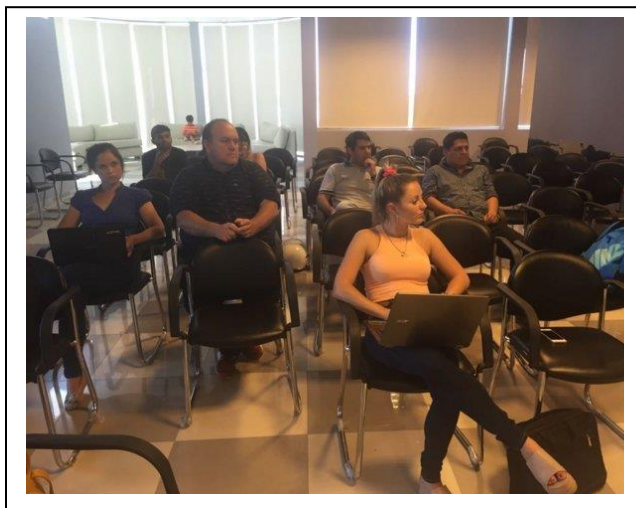
El curso programado fue luego complementado con una acción adicional, el día 14 de marzo, en que se reforzaron aspectos prácticos de lo tratado.

Los asistentes en ambas instancias fueron personas que están actualmente participando, en diferentes roles, en las acciones de comunicación del turismo formoseño desde el sector público provincial. El listado de ellos se incorpora a continuación:

- Constanza Moreno.
- Cecilia Hauff.
- Milton Bordo.
- Yanina Cardozo.
- Juan Manuel Ojeda.
- Diego Medina.
- Gastón Flores.

Se agregan fotos de los encuentros.





### **2.13. Propuestas para la mejora de la oferta turística de Herradura – sector privado.**

La actividad se concretó a partir de un pedido específico de los emprendedores turísticos de Herradura, y sus detalles se incorporaron en el Anexo III – Parte 5, referido a la mejora en inversiones. Si bien fue una actividad de asistencia técnica, se consideró que lo más adecuado era describirla junto con las otras acciones realizadas el día 16 de marzo de 2018 en dicha localidad.

### **2.14. La planificación de uso de las redes sociales – Guía de actividades**

La actividad se realizó a distancia, y estuvo a cargo de la Lic. Estévez. Se trató de una instancia de asistencia técnica dirigida especialmente a las personas que administran las páginas web y redes sociales del Ministerio de Turismo, y consistió en compartir la elaboración de una guía de actividades semanales, de manera que los responsables de estos sistemas de comunicación y promoción puedan organizar mejor su trabajo.

La guía-ejemplo elaborada, y sobre la cual se trabajó, fue la siguiente:



## Diseño operativo de gestión turística Formosa 2026

DIA DE LA SEMANA	DESTINO	PRODUCTO O EVENTO	RED	CONTENIDOS	TEXTO	HASHTAGS
Lunes	Formosa Capital	Turismo Familiar	Facebook	Imagen que refleje experiencia recreativa en familia en un atractivo identificable de la ciudad capital. La foto debe estar editada para resaltar los atributos de la foto. Deberá también reflejar algunos de los atributos de marca	En las próximas vacaciones de invierno vení con tu familia a Formosa, una ciudad para grandes y chicos. Ingresá a nuestra web y conocé las actividades y eventos programados. LINK a la WEB	#vacacionesdeinverno #formosa #formasahermosa #travelgram #viajar #argentina #vacaciones #viajarconniños #viajarenfamilia
			Instagram			
			Twitter	#VacacionesDelInverno en familia. Mucho por hacer con ellos en #Formosa Descubrí todo lo que podés hacer en este link: <a href="http://www.formosahermosa.gob.ar/">http://www.formosahermosa.gob.ar/</a> #FormosaHermosa		
Martes	Herradura	Pesca Deportiva  Evento vinculado al destino y el producto	Facebook	Imagen o vídeo de actividades relacionadas con el producto y el evento a difundir. Los protagonistas deberán responder al segmento al cual se apunta. El contenido deberá estar editado para resaltar los atributos del mismo. También deberá reflejar algunos de los atributos de marca.	Nuestro evento destacado del mes es "XXXX". Una de las fiestas más importantes de la provincia, con degustación de platos típicos, recitales, artesanías y actividades programadas durante todo el fin de semana. Accedé a toda la información en nuestra web LINK a la WEB.	#vacaciones #escapada #formosa #formasahermosa #travelgram #viajar #argentina #vacaciones #pescadeportiva #herradura #naturaleza #ecoturismo
			Instagram			
			Twitter	¿Te imaginás disfrutando con amigos y/o en familia la Fiesta XXXX? Una de las fiestas más importantes de la provincia donde viviremos recitales, actividades culturales y mucho más. Ingresá a <a href="http://www.formosahermosa.gob.ar/">http://www.formosahermosa.gob.ar/</a> y descubrí más #FormosaHermosa #FiestaDeXXXX (agregar imagen hasta 4)		
Miércoles	Reserva Natural Formosa	Ecoturismo Turismo de naturaleza	Facebook	Imagen de la Reserva Natural de Formosa en la que una persona se encuentre realizando una actividad ecoturística de bajo impacto. El protagonista de la imagen es el paisaje. Se sugiere que la foto este editada para resaltar los colores y características del paisaje. Deberá reflejar atributos de marca.	Cerrar los ojos y conectarse con la naturaleza. El tiempo se detiene ante el paisaje. Respirar el aire puro y esperar el atardecer. Así de simple es todo en la Reserva Natural Formosa. Planificá tu viaje en nuestra Web LINK a la WEB.	#naturaleza #formosa #viajar #ecoturismo #turismodenaturaleza #atardecer #travelgram #formasahermosa #vacaciones #escapadas
			Instagram			
			Twitter	¿#SabíasQue en #Formosa podés conectarte con la naturaleza de manera extrema? Pareciera que el tiempo se detiene y el silencio para descubrir tanta biodiversidad te renueva el espíritu. Sentí #FormosaHermosa en <a href="http://www.formosahermosa.gob.ar/">http://www.formosahermosa.gob.ar/</a>		
Jueves	Ingeniero Juárez, Pozo del Pato, Tres	Turismo Cultural y Productivo	Facebook	Imágenes o vídeos de mujeres realizando artesanías junto a turistas. Debe reflejar interacción entre la comunidad local y el visitante, destacando el valor de la artesanía como recursos cultural de la región. Resaltar el contenido a	Viajar es mucho más que desplazarse de un lugar a otro. Es mirar a los ojos a quien nos recibe y encontrar un amigo. Es	#formosa #turismocultural #artesanias #formasahermosa #travelgram #viajar

## Diseño operativo de gestión turística Formosa 2026

	Palmitas y Pozo Yacaré		Instagram	través de una edición cálida del material. Deberá reflejar atributos de marca.	compartir una tarea, una merienda, una historia de vida. Visitá a los artesanos de Ingeniero Juárez, Pozo del Pato, Tres Palmitas y Pozo Yacaré. Más información en la web. LINK a la WEB.	#experiencias #viajecultural #escapadas #vacaciones
			Twitter	Viajar es llenarse el alma y aprender. Qué mejor que hacerlo compartiendo experiencias. Visitá una comunidad de artesanos en Ingeniero Juárez, Pozo del Pato, Tres Palmitas y Pozo Yacaré. Para conocer la cultura tenés que ser parte de ella. #FormosaHermosa + link		
Viernes	Interaccion con los viajeros	Viernes con V de viajero	Facebook	Se comparte una imagen de un viajero que haya utilizado el hashtag #formasahermosa (o aquel que quieran posicionar). Se citan los créditos mencionándolo y destacando su imagen.	Gracias XXX por compartir esta foto de XXX. Vos también podés ser parte del Viernes con V de viajero! Todos los viernes compartimos una foto de nuestros viajeros. No se olviden de citarla con el hashtag #formasahermosa.	#formosa #viernes #vacaciones #escapadas #viajeros #viajar #travelgram #picoftheday #viernesviajero
			Instagram			
			Twitter	Subí tu foto con el hashtag #FormosaHermosa y contanos qué es lo que más te gusta de nuestra provincia. Hacemos RT ;)		
Sábado			Facebook			
			Instagram			
			Twitter			
Domingo			Facebook			
			Instagram			
			Twitter			

### **2.15. Taller de Identidad patrimonial**

La actividad se concretó en la ciudad de Formosa el día 11 de abril de 2018, y fue organizado en conjunto con la Lic. Graciela Buiatti, Directora Provincial de Patrimonio Socio Cultural y conducida por el Lic. Fernández Balboa. A continuación se describen los aspectos sustanciales, destinatarios, concurrentes y fotos del evento.

#### **Características, objetivos y contenido:**

Los talleres de identidad regional tienen como objetivo identificar y valorizar los bienes culturales y naturales propios de cada localidad y generar la idea de Patrimonio.

Estos bienes no se limitan a aspectos arquitectónicos o paisajísticos, sino que son aquellos que caracteriza cada localidad y permite al que no habita allí identificar lo que las diferencia de otra. Puede ser un festival, una comida, un espacio físico, un mural, una leyenda o una personalidad que –en su memoria o historia de vida- representa a toda la comunidad. El identificar estos valores y bienes no sólo tienen como objetivo el aprovechamiento turístico, sino también que permiten auto referenciarse a las poblaciones en un marco donde –a simple vista- toda es igual o pasan desapercibidos elementos patrimoniales que son individuales de cada sitio.

A partir de reconocer estos rasgos identitarios se puede establecer no solo el sentido de pertenencia de los mismos, con respecto al valor local, sino también estos podrán ser presentados como recursos turísticos. Se trata de re-conocerse en el contexto de un espacio que es aprovechado turísticamente y donde el sitio diferenciado y valorizado socialmente será lo que atraiga al turista, una vez que ese bien se convierta en patrimonio de la comunidad. Presentamos un marco teórico para identificar el patrimonio integral (natural-cultural: tangible e intangible), como así un marco participativo donde se analizan todos los bienes correspondientes a esta comunidad.

#### **Destinatarios**

El taller está dirigido a toda la comunidad y en particular a docentes, guías de turismo, vecinos memoriosos, cocineras, artesanos, artistas, historiadores locales, pobladores rurales, asociaciones de preservación ambiental y del patrimonio y quienes quieran y sientan que su lugar es único y particular para presentarlo al mundo. Sería sumamente interesante que una autoridad de cada municipio (secretario de cultura o turismo o autoridad municipal designada), permanezca en todo el taller y en particular al presentarse las devoluciones finales, toda vez que los resultados pueden luego ser presentados ante toda la sociedad.

#### **Duración del taller**

Tres horas.



Los concurrentes fueron los siguientes:

<b>APELLIDO Y NOMBRES</b>	<b>ORGANISMO DE PROCEDENCIA</b>
MEDINA, HERMINDA HAYDEE	JIN N° 44
GONZALEZ, TERESA	DIR. PATRIMONIO SOCIO- CULTURAL- ARCHIVO HISTORICO
LEIVA, GLADYS ELIZABETH	
CARDONA, MARIA ELDA	
MARTINETTI, NORMA ISABEL	
FRUHWALD JUAREZ, ELIZABETH	MUSEO JUAN PABLO DUFFARD
MELGAREJO, LIBRADA PATRICIA	
SAAVEDRA, ESTELA NOEMI	
ROMERO BERNAL, RAFAEL	
CHAMORRO, ALICIA DEL CARMEN	
GAUTO FERMIN ABRAHAM	
GASTIABURO, SILVIA CAROLINA	
ESCALADA, SABINA	
MOLARES, MARCOS RAUL	INVESTIGADOR HISTORICO
MOLARES, RAMIRO REYNALDO	INVESTIGADOR HISTORICO
ORTIZ, LAURA ROSANNA	INVESTIGADOR HISTORICO
MELIAN, ESTELA GRISEL	FECES
GODOY, GLORIA MABEL	EPES N°52- CPA
ZIVELONGHI, SERGIO	MUSEO SACRO
RUIZ DIAZ, CLAUDIO NICOLAS	DIREC. CULTURA MUNICIPALIDAD
FRIEDRICHS, JUAN	MUSEO DE CIENCIAS NATURALES
FRIEDRICHS, JOSE	
FERRO, JORGE ARTURO	MINISTERIO DE TURISMO
SARACHO LOBOS, LORENA	
LOMBARDI, OSVALDO	CONSULTOR TURÍSTICO
VARGAS, JUAN ARIEL	MUSEO SACRO
ARAUJO, ENSO JAVIER	MUSEO PLAN QUINQUENAL
ROMERO, VANESA	INSTITUTO UNIVERSITARIO
DUGOS, MARIA ELENA	MINIST. CULT Y EDUC.
VERA, ROBERT OMAR	
GARCIA, RAMONA	DIREC. CULTURA MUNICIPALIDAD
ORTEGA, MIGUEL ANGEL	
BUIATTI, SUSANA GRACIELA	DIR. PATRIMONIO SOCIO- CULTURAL
RAMALLO, MERCEDES ISABEL	
IRALA, MARIA DEL CARMEN	
CARDOZO ROSSI, SILVIA NOELIA	
MARMORI, ARMINDA BEATRIZ	
JUSTO, NESTOR	
SBARDELLA, ISABEL	
MEDINA, MARCELO	SUBSECRETARIA DE CULTURA
GOMEZ, LAURA KARINA	MUSEO POLICIAL

Se incorporan algunas fotos del encuentro.



## **2.16. Las aves y su observación en la cultura Argentina**

La actividad fue planificada como una acción de divulgación, dirigida a un público general, y se realizó el día 13 de abril de 2018. Estuvo a cargo del Lic. Carlos Fernández Balboa, y el programa utilizado fue el siguiente:

### **Primera parte**

Una introducción de la importancia de observar aves desde el punto de vista recreativo, actividad que trae aparejada opciones de productos turísticos.

Metodologías básicas para ser un buen observador.

### **Segunda parte**

Las aves en la cultura argentina: su presencia en la literatura, la música, los mitos y leyendas, la toponimia y la poesía popular.

Las aves en nuestra vida cotidiana. Una presentación descriptiva con ejemplos de esta vinculación cotidiana.

La organización se realizó en conjunto con el Ministerio de Turismo de Formosa, y la lista de los asistentes es la siguiente.

NOMBRE Y APELLIDO	ACTIVIDAD	DATOS DE CONTACTO
Norma Lugones	Guía de turismo	03731517904
Sofía Nuñez	Dirección de Turismo Formosa	03704546281
Gisela Cáceres	NEP 15 – Director V. Martínez	03718638089
Carolina Cáceres	NEP 15 – Director V. Martínez	03704061931
Melisa Ojeda	NEP 15 – Director V. Martínez	03704813034
Andrea Centurión	NEP 15 – Director V. Martínez	03704680298
Fanny Galeano	NEP 15 – Director V. Martínez	03704581323
Gustavo Cabrera	Dirección de Turismo Formosa	0370264692
María Fernández	Dirección de Turismo Formosa	03704252678
Yanina Seibitz	Dirección de Turismo Formosa	03704608905
Federico Domínguez	Domínguez Excursiones	03704413923
Hugo Santacruz	Dirección de Turismo Formosa	03704804541
César González	Dirección de Turismo Formosa	03704586646
Martín Alonso	Dirección de Turismo Formosa	03704834276
Miguel Mantagna	Polo científico	03704245249
Lucía Núñez	Estudiante de turismo	03704339202
Nahuel Cejas	Estudiante de turismo	
Daiana Galante	EPES 67	03704277428
Natalia Barsino	Observadora de aves	
Bernardo Candia	Observador de aves	
Fabrizio Candia	Observador de aves	
Dionel Philipigh	Observador de aves	
Pablo Philipigh	Observador de aves	
José Philipigh	Observador de aves	
Ignacio Philipigh	Observador de aves	
Luisa Melgarejo	Observadora de aves	
Laura Caballero	Observadora de aves	
Luciano Villanueva	Municipalidad de Herradura	
Ana Montiel	Observadora de aves	
José Pernochi	Observador de aves	
Franco Romero	Observador de aves	
Fernando Gaona	Odisea turismo	
Santiago Buchara	Observador de aves	
Liza Melgarejo	Guía de turismo	03704218905

Se agregan fotos del evento.



## 2.17 Asistencia a emprendedores de Herradura

Durante el tiempo de desarrollo del trabajo los emprendedores de Herradura mostraron inquietudes sobre su devenir turístico, lo cual llevó a que, con apoyo del Ministerio de Turismo formoseño, se los acompañara en diferentes reuniones. La que marcó el punto de inflexión fue la realizada en el mes de marzo, y reseñada en el apartado 2.13 anterior.

Luego de ella, tanto los emprendedores como el Sr. Intendente Municipal participaron activamente del Seminario de Productos realizado el 12 de abril en la ciudad de Formosa, instancia en la aceptaron el desafío de estructurar una oferta concreta para la baja temporada, en pos de presentarla a las autoridades provinciales para trabajar, de manera conjunta, su promoción. Ello implicó nuevas reuniones de los emprendedores y autoridades de la localidad, y la búsqueda de participaciones diversas, con propuestas de bonificaciones, up grades y otras fórmulas que inciten la visita.

Para ajustar los lineamientos de la presentación que harían al Dr. Jorge Ibañez, Ministro a/c del Ministerio de Turismo, requirieron asistencia técnica de manera de elaborar un *brief* que sirviese de base para la siguiente etapa de concreción de la promoción. Esto implicó reuniones con un representante de los emprendedores y varios intercambios vía email y whatsapp, dando como resultado el formateo de la propuesta, la cual quedó conformada por las empresas que se indican a continuación, y con la hoja de ruta adecuada para concretarla. Las siguientes diapositivas muestran el resumen de este trabajo.







### **Acuerdos entre empresarios y emprendedores de Herradura**

**Abril 2018**

Como corolario de varios encuentros entre los emprendedores y los funcionarios provinciales – municipales del sector turístico de Herradura, se realizó una reunión que tuvo por objetivo acordar una propuesta de promoción para el destino.

En tal sentido, cada participante de dicha reunión elevó al ejecutivo municipal una oferta con descuentos a hacerse efectiva durante los meses de mayo y junio, de forma de afrontar la baja estacionalidad, haciendo uso de herramientas aportadas por el Plan Estratégico de Turismo Formosa 2020.

Para llevar adelante la mencionada promoción es necesario contar con el apoyo del gobierno provincial en cuanto a la logística y comunicación cuyas características se sintetizan en:



### **Síntesis promoción turística para Herradura**

- **Público a comunicar:** residentes en las ciudades Corrientes Capital, Resistencia, Salta, Asunción.
- **Tema a comunicar:** Descuentos en alojamientos, establecimientos gastronómicos y paseos en Herradura.
- **Frase a utilizar:** Herradura te espera. Vení a Formosa, te vas a sorprender.
- **Medio de la promoción:** piezas gráficas (folletos) y digitales, videos, imágenes, líderes de opinión, etc.
- **Canales a utilizar:** redes sociales, vía pública, entrevistas televisivas, spots en radios y TV, en una optima combinación de ellos.
- **Tiempo de la promoción:** mayo y junio de 2018.

