PROVINCIA DE CORRIENTES



"PROPUESTA PARA EL FORTALECIMIENTO COMERCIAL TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES"

INFORME FINAL

MAYO DE 2019

AUTOR: MADZEN



I ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION	6
2. TAREA 1: ANÁLISIS DE SITUACIÓN COMERCIAL ACTUAL	7
ÁREAS DE ANÁLISIS	7
2.1 Comunicación e integración entre canales comerciales	7
2.2 Presencia digital	10
Figura 1: Resultado de páginas indexadas.	12
Figura 2: Resultado de páginas indexadas "vuelos a" en el mes de noviembre.	12
Figura 3: Resultado de páginas indexadas "zonas" en el mes de noviemb 13	re.
Tabla 1: Cantidad de seguidores en redes sociales	13
2.3 Tendencias de consumo	14
Figura 4: Comparativo de popularidad de búsquedas	15
Figura 5: Top 10 de búsquedas sobre Corrientes - 2019	16
Tabla 2: Búsquedas en ascenso - enero - noviembre 2018	16
Tabla 3: Búsquedas en ascenso - enero - marzo 2019	17
2.4 Score de Producto	17
Figura 6: Distribución de productos por categoría - 2016	18
Figura 7: Oferta de vuelos desde Aeroparque	19
Figura 8: Oferta de vuelos desde Aeroparque	20
Figura 9: Oferta de vuelos desde Aeroparque	21
Tabla 4: Relevamiento de variación de oferta en 2019	21
Tabla 5: Presencia de hoteles y paquetes en OTAS	24
Tabla 6: Presencia de hoteles y paquetes en OTAs 2019	25
Tabla 7: Presencia en Booking.com	26
Tabla 8: Presencia en Booking.com para Semana Santa 2019	26
Tabla 9: Presencia de productos en Trip Advisor Tabla 10: Desglose de Score Madzen para la Provincia de Corrientes	27 28
2.5 CONCLUSIONES	28



RECEPTIVOS EN LAS ÁREAS TURÍSTICAS DEFINIDAS POR EL MINISTERIO ENCUENTROS COMERCIALES REGIONALES	O - 30
4. TAREA 3: ENCUENTRO COMERCIAL PROVINCIAL ENTRE COMERCIALIZADORES LOCALES Y PRESTADORES	83
5. TAREA 4: REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA OFERTA DE CATÁLOGOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES	S 95
Figura 10: Total productos por categoría. Provincia de Corrientes. Tabla 11: Total Productos por Categoría, por Destinos de Corrientes.	100 102
Figura 11: Total productos según categorías por destinos identificados.	103
5.1 Formato Multimedial	103
Figura 12: Home plataforma web - Parte I.	104
Figura 13: Home plataforma web - Parte II.	105
Figura 14: Búsqueda de productos	107
Figura 15: Visualización de producto - Parte I.	108
Figura 16: Visualización de producto - Parte II.	109
5.2 Formato Digital	109
Figura 17: Ficha de Producto	111
6. ANEXOS	112
6.1 Bases de Datos	112
6.2 Formato Multimedial - Wireframe - Tarea 4	113
6.3 Listado de Participantes de los Talleres de Capacitación - Tarea 2	116
6.3.1 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Corrientes Capi - Tarea 2	ital 116
6.3.2 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Bella Vista - Tar 2	rea 117
6.3.3 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Saladas - Tarea 2	119



6.3.4 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Loreto - Tarea 2	121				
6.4 Relevamiento Digital - Productos Corrientes vs Productos Otros Destinos Tarea 1					
6.5 Nota de Prórroga para Encuentro provincial - Tarea 36.6 Nota Justificación Relevamiento Santo Tomé - Tarea 26.12 Asistentes Encuentro Provincial - Tarea 3	127 128 130				
II ÍNDICE DE TABLAS					
Tabla 1: Cantidad de seguidores en redes sociales	13				
Tabla 2: Búsquedas en ascenso - enero - noviembre 2018	16				
Tabla 3: Búsquedas en ascenso - enero - marzo 2019	17				
Tabla 4: Presencia de hoteles y paquetes en OTAS	21				
Tabla 5: Presencia en Booking.com	24				
Tabla 6: Presencia de productos en Trip Advisor	25				
Tabla 7: Presencia en Booking.com	26				
Tabla 8: Presencia en Booking.com para Semana Santa 2019	26				
Tabla 9: Presencia de productos en Trip Advisor Tabla 10: Desglose de Score Madzen para la Provincia de Corrientes	27 28				
Tabla 11: Total Productos por Categoría, por Destinos de Corrientes.	102				
III ÍNDICE DE FIGURAS					
Figura 1: Resultado de páginas indexadas.	12				
Figura 2: Resultado de páginas indexadas "vuelos a" en el mes de noviembre.	12				
Figura 3: Resultado de páginas indexadas "zonas" en el mes de noviembre.	13				
Figura 4: Comparativo de popularidad de búsquedas	15				
Figura 5: Top 10 de búsquedas sobre Corrientes - 2018	16				
Figura 6: Distribución de productos por categoría - 2016	18				



Figura 7: Oferta de vuelos desde Aeroparque	19
Figura 8: Oferta de vuelos desde Aeroparque	20
Figura 9: Oferta de vuelos desde Aeroparque	21
Figura 10: Total productos por categoría. Provincia de Corrientes	100
Figura 11: Total productos según categorías por destinos identificados	103
Figura 12: Home plataforma web - Parte I	104
Figura 13: Home plataforma web - Parte II	105
Figura 14: Búsqueda de producto	107
Figura 15: Visualización de producto - Parte I	108
Figura 16: Visualización de producto - Parte II	109
Figura 17: Ficha de Producto	111



ABSTRACT

Con el objetivo de fortalecer comercialmente al ecosistema turístico de la Provincia de Corrientes es que el Ministerio de Turismo provincial convoca a la Consultora Madzen para llevar adelante la presente propuesta en destinos emergentes y aquellos con cierto posicionamiento logrado en el mercado.

Lo que identificamos como punto de congruencia en el interés de todos estos actores es el generar una mayor visitación de turistas a la provincia a lo largo de todo el año. Invitamos a los prestadores turísticos a incluir sus productos dentro de un catálogo que unifica la oferta turística de la provincia, a las agencias de viajes a comercializar de manera receptiva y al sector público a conocer el producto que desde sus destinos deben acompañar y empoderar en promoción y apoyo al sector privado para su desarrollo y mejor integración.

A través de relevamientos, talleres y encuentros en varios destinos de la provincia conocimos la realidad local y logramos acercar el conocimiento necesario para incluir su oferta a prestadores y agencias locales. Consideramos fundamental acercar información y buenas prácticas relacionadas a la comercialización y digitalización de la oferta, generación de contenidos y acciones de marketing y tendencias actuales del mercado.

Visitando 8 localidades logramos un entendimiento capilar de la oferta turística de la provincia. La presencia en territorio se complementó con acciones digitales (emails y la generación de un grupo de whastapp) que informaron a toda la comunidad turística para no penalizar a quienes no pudieran estar presentes en los encuentros presenciales.

La última instancia de este proyecto se desarrolló a través de un Encuentro Provincial, punto de encuentro para compartir el resultado del relevamiento de producto y garantizar el que todos conozcan la oferta de la provincia y puedan fortalecer los lazos comerciales entre ellos para su mejor comercialización.



1. INTRODUCCIÓN

El presente informe es la entrega final sobre el proyecto de Fortalecimiento Comercial del sector turístico de la Provincia de Corrientes.

En la primera etapa se realizó la primera visita a poblaciones de la Provincia. Durante el primer viaje se realizaron 3 talleres de capacitación, reuniones con referentes del sector público y relevamientos de la oferta de prestadores y agencias de turismo de las poblaciones.

Además, se realizó el primer relevamiento y formateo de la base de datos de prestadores y agencias que el Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes tiene. Se abrieron los canales de comunicación vía email y Whatsapp con prestadores y agencias para trabajar en el soporte para el relevamiento de los productos a ofrecerse.

Asimismo después de reuniones con Cristian Piris, Ministro de Turismo de la Provincia de Corrientes, se coordinaron las fechas para el Encuentro Provincial.

Se realizaron las primeras definiciones de formato de la base de datos del relevamiento y se dio inicio al diseño de wireframe del catálogo digital que se entregará al final del proyecto.

La segunda etapa inicia con el segundo viaje contemplado dentro del Programa. Durante este recorrido se realizó 1 taller de capacitación, reuniones con referentes del sector público y privado y, relevamientos de la oferta de prestadores y agencias de turismo de las poblaciones.

Entre la segunda y tercera etapa del Proyecto, se estuvo trabajando en el relevamiento de producto y carga de contenido por parte de los prestadores y agencias de viajes de la Provincia para la conformación del Catálogo de Productos Turísticos de la Provincia así como en la organización del Encuentro Provincia.

El Encuentro Provincial, etapa final de este proyecto, se contó con la participación de 162 asistentes entre empresarios del sector privado y referentes del Sector Público a nivel Nacional, Provincial y Municipal.

Se ha concluido el armado del Catálogo de Productos Turísticos de Corrientes en sus dos formatos, contando con 247 productos, agrupados en 8 categorías, comprendiendo 26 destinos.



2. TAREA 1: ANÁLISIS DE SITUACIÓN COMERCIAL ACTUAL

Este diagnóstico es el resultado del análisis de la situación de los destinos ubicados en la Provincia de Corrientes. Para este propósito se analizaron:

- Información de las reuniones con prestadores turísticos.
- Conversaciones e interacciones con los asistentes a los Talleres de Capacitación Comercial.
- Entrevistas con Directores y Representantes de los entes de Turismo de las localidades.
- Observación directa.
- Información generada a través de conversaciones en videollamadas y mensajería directa con prestadores.
- Catálogo de productos anteriores.
- Información y métricas de comportamiento de consumo en internet.

Para este análisis se previó sumar la información del Plan de Marketing y Comercialización de la Provincia aunque en al viaje realizado durante el mes de Febrero se le confirmó a la consultora Madzen desde las Provincia que no existe un documento formal que sintetice esta información.

El análisis aborda las siguientes áreas:

- Comunicación e integración entre canales comerciales
- Presencia digital
- Tendencias de consumo
- Score de producto

ÁREAS DE ANÁLISIS

2.1 Comunicación e integración entre canales comerciales

La comunicación e integración entre los canales de comercialización, agencias de viajes y turismo, y los prestadores, es limitada y precaria. Figura como una constante en las declaraciones de las partes, el desconocimiento tanto de proveedores, como de las agencias de la Provincia. No existe un trabajo articulado e integrado entre los actores para tener una propuesta comercial sólida.

Durante el avance del presente análisis y la interacción con las partes, dicha carencia de comunicación fue siendo cada vez más notoria, solamente algunas



localidades tienen un diálogo relativamente fluido entre ellas, tal es el caso de Colonia Carlos Pellegrini, Concepción y Bella Vista.

De parte de las agencias de viajes, aparece la necesidad de una comunicación fluida con los prestadores, pues cuando tienen un requerimiento comercial puntual no cuentan con los canales adecuados para tramitarlos en tiempo y forma. La comunicación y la respuesta telefónica y por email, los dos canales principales, no termina de ser la necesaria para satisfacer a los clientes.

Los factores principales de esta falta de comunicación son:

- Desconocimiento entre los actores: agencias y prestadores.
- Inexistencia de un catálogo actualizado con datos de contacto.
- Problemas de conectividad: internet de baja calidad e inestabilidad de la señal de telefonía celular.
- Nivel de respuesta bajo a los requerimientos comerciales.
- Desorganización y falta de cronograma de contenidos útiles.

El desconocimiento entre los actores, sucede a nivel local, regional y nacional. Las agencias de viajes de Corrientes no tienen un conocimiento de la oferta turística de las localidades y, a nivel Nacional, las agencias no cuentan con el conocimiento y comunicación con la oferta de la Provincia.

Por lo relevado en Itá Ibaté, varios prestadores que se enfocan en el turismo de pesca trabajan ya con agencias de viajes de Brasil, algunas de forma exclusiva. Asisten también a ferias de turismo en ese país. Consideran que la relación con agencias de ese mercado les trae mejores resultados aunque varias no han trabajado nunca con algunas agencia local o nacional.

Cabe resaltar también, las iniciativas de integración en el Municipio de Saladas, en donde Prestadores y Agencias fundadon APTur Saladas con el fin de organizarse para el desarrollo de productos y la promoción turística. En el Municipio de Bella Vista, se observó un mejor relacionamiento y comunicación entre los prestadores locales como un interés manifiesto por mejorar dicha integración.

Colonia Carlos Pellegrini es la localidad con mejor organización entre las partes. Los prestadores privados tienen una comunicación y cuentan con una experiencia notoria en comparación con las demás localidades. Desde la Dirección de Turismo, encontramos el más completo relevamiento de prestadores locales y base de datos, accesible desde su sitio web.

Las localidades que presentan un menor nivel de preparación comercial y articulación son Itá Ibaté, Loreto y San Miguel. Sin embargo, Loreto y San Miguel presentaron una muy buena respuesta a la convocatoria para el taller. Durante el mismo, los prestadores manifestaron su interés por capacitarse y articularse.

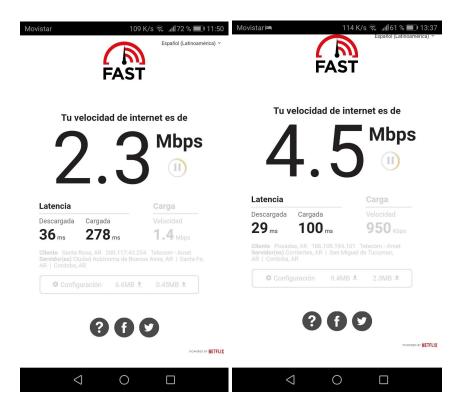


El caso particular de Loreto y San Miguel se refleja que a partir del taller, sus prestadores son de los más receptivos e interactivos a las iniciativas que se plantearon posteriormente para el relevamiento y puesta en marcha de productos competitivos.

En el año 2016 se realizó el "Catálogo de Productos Innovadores de Corrientes" que relevó la oferta turística. Dicho catálogo quedó desactualizado, aunque se presenta como una iniciativa orientadora y de referencia para la búsqueda de prestadores y el posterior análisis de la evolución de la oferta.

Los problemas de conectividad en la Provincia se convierten en un factor determinante. En nuestra visita pudimos, además de los comentarios recibidos por los prestadores, experimentar la baja calidad del servicio de internet en la Provincia. Conexiones inestables, con una velocidad entre 2 y 4.5 Mbps y una latencia precaria en las poblaciones de Bella Vista, Ituzaingó e Itá Ibaté. A medida que se alejaba del centro de dichas poblaciones, la velocidad descendía a un promedio de 1 Mbps y la inestabilidad crecía hasta la inexistencia de conectividad. El proveedor de internet es Arnet.

Estos problemas de conectividad se incrementan en las velocidades de subida, en donde los resultados dan una velocidad que oscila entre los 500 Kbps y 1.5 Mbps. Velocidades que dificultan la suba de archivos de tamaño como fotos y videos de alta calidad.





Pruebas de velocidad de conexión a internet wi-fi en hoteles de Itá Ibaté e Ituzaingó.

Este mismo fenómeno se replica en la conectividad celular, desde la telefonía hasta internet. En algunas partes, solo funcionan algunas compañías prestadoras. En las rutas, la inestabilidad es constante.

Además de los problemas técnicos de conectividad, existen otros problemas para la fluidez en las comunicación con requerimientos comerciales. Dentro de ellos, se identifican dos de carácter esencial: no tener horarios de atención determinados y de público conocimiento, y no contar con números telefónicos y correos electrónicos actualizados.

Sobre el correo electrónico, se observan como errores habituales no revisar las casillas con una periodicidad adecuada (los tiempos actuales de oferta y demanda requieren velocidades cercanas a la instantaneidad de respuesta), realizar cambios de casillas y no hacer una correcta transición (actualizar en todos los canales en donde se ha comunicado tanto online como offline y no perder mensajes en el proceso), y no contar con flujos y procesos adecuados para la gestión de correos entrantes.

Pocos prestadores tienen sitio web y su acceso a un desarrollador adecuado es también una limitación para su fortalecimiento comercial.

2.2 Presencia digital

El ecosistema digital de las entidades oficiales de turismo de la Provincia se analizó desde el 01 de noviembre de 2018 hasta el 15 de marzo de 2019. Se midieron y recopilaron datos sobre la actividad y la generación de contenidos de las Provincias de Corrientes, Mendoza, Buenos Aires, Salta, Córdoba y las Ciudades de Buenos Aires, Bariloche, Mar del Plata, Iguazú, Corrientes Capital, Bella Vista e Ituzaingó. Las mediciones son sobre las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter y en los sitios web Youtube y Trip Advisor.

El objetivo fue realizar un comparativo sobre la cantidad y el tipo de contenidos que se generan, el impacto en el posicionamiento digital, las necesidades y las oportunidades para la Provincia de Corrientes.

El análisis cuenta con dos etapas:

1. Recopilación de datos inicial: Entre el 01 de noviembre y el 14 de diciembre de 2018.



2. Recopilación de datos en temporada alta: Del 15 de diciembre de 2018 al 15 de marzo de 2019.

De esta forma, se analiza el comportamiento en el ecosistema digital en dos etapas distintas y claves de la cadena comercial y el "customer journey".

El estudio también comprende la medición de las interacciones y la generación de contenidos o respuestas por parte de usuarios finales en las mencionadas redes. Analizando el índice de respuesta y de interacción, se miden también la cantidad de notas en diarios digitales y en blogs de relevancia nacional sobre turismo.

Otros aspectos a consideración dentro del análisis son la velocidad de respuesta por parte de los mencionados destinos, el índice de comentarios negativos y positivos, la cantidad de imágenes y videos públicos compartidos desde el destino en Facebook e Instagram por parte de viajeros.

El relevamiento se realiza bajo tres grupos de palabras clave de búsqueda:

- "Corrientes turismo", "turismo en Corrientes" y "Viajar a Corrientes" (y su equivalente con los previamente mencionados destinos comparativos del país).
- 2. "Esteros del Iberá", "pesca en el Paraná", "qué hacer en Corrientes".
- 3. "vuelos a Corrientes", "transporte a Corrientes", "hoteles en Corrientes", "actividades en Corrientes".

Resultado de Páginas Indexadas

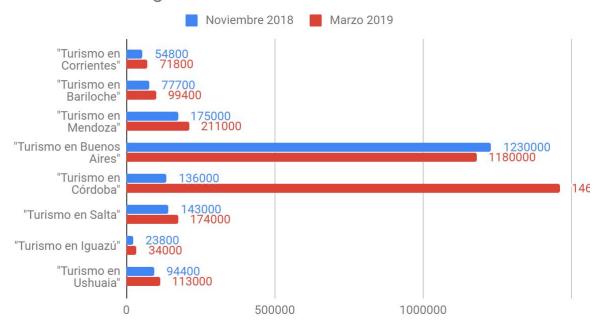




Figura 1: Resultado de páginas indexadas.

Fuente: Google Search, análisis de búsquedas propias y herramienta MOZ.

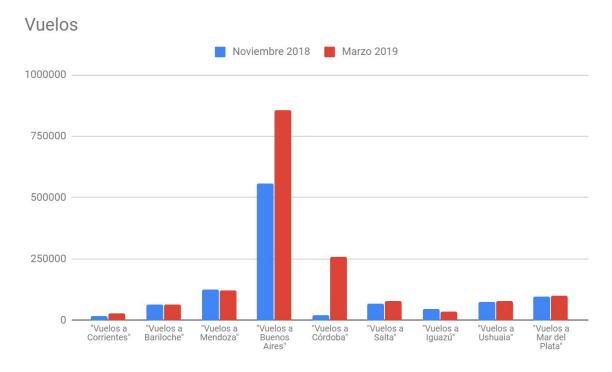


Figura 2: Resultado de páginas indexadas "vuelos a" en el mes de noviembre.

Fuente: Google Search, análisis de búsquedas propias y herramienta MOZ.



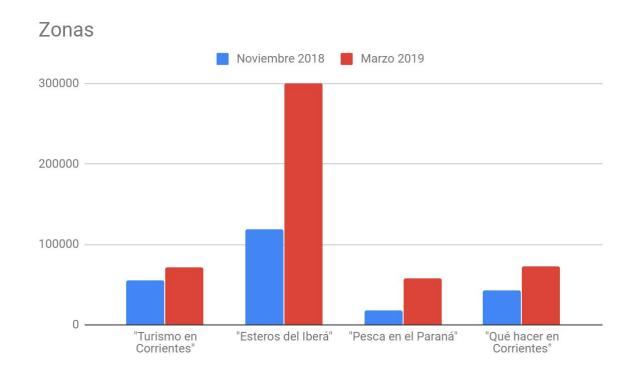


Figura 3: Resultado de páginas indexadas "zonas" en el mes de noviembre.

Fuente: Google Search, análisis de búsquedas propias y herramienta MOZ.

El punto de partida sobre la presencia digital en redes sociales de Corrientes y los ya mencionados destinos que están siendo analizados es el siguiente:

Provincia	Fb Nov 2018	Fb Mar 2019	Instagram Nov 2018	Instagram mar 2019
Corrientes	56457	58918	6818	11300
Buenos Aires Provincia	580948	754837	Sin presencia	4730
Mendoza	259309	22600	22600	27600
Salta	493101	501013	35100	40300
Misiones	1201633	1209871	9123	11600
Córdoba	575472	621968	70500	70500
CABA	741765	754837	63500	80200

Tabla 1: Cantidad de seguidores en redes sociales



La presencia en los activos digitales, entiéndase por esto a los espacios digitales oficiales de la Provincia para fines de promoción del turismo. La Provincia de Corrientes cuenta con una presencia mucho menor que las de la Provincias y destinos turísticos relevados, sin embargo, su crecimiento entre el período de noviembre a la fecha es el tercero más grande. Los destinos consolidados del país cuentan con una amplia ventaja en su presencia digital en cuanto a las páginas indexadas en internet. Con una amplia ventaja de Buenos Aires, seguido por Mendoza.

En cuanto a la presencia en buscadores, es decir la cantidad de sitios web que son indexados por Google, como puede verse en la Figura 1, la Provincia sigue su crecimiento pero requiere una estrategia de contenidos sólida que permita a través de entidades públicas y de los prestadores privados un mejor posicionamiento y resultados de búsqueda. Para este punto, debemos tener en cuenta que muy pocos prestadores de todos los relevados cuentan con un sitio web actualmente, lo cual limita la generación de contenidos a las redes sociales en algunos casos ya que en la mayoría, la presencia digital es nula.

En redes sociales, el ranking de cantidad de seguidores cambia, y Misiones lidera ampliamente seguido por CABA. Y en Instagram, la más joven de las redes, las distancias se reducen un poco más entre las provincias, y el liderazgo pasa a ser de CABA seguido por Córdoba, provincia de la cual se ve un fuerte crecimiento en su presencia en el los últimos dos años.

2.3 Tendencias de consumo

Para el análisis de las tendencias de consumo se han también medido los resultados del período de tiempo mencionado en el punto anterior. Para este caso, utilizamos la herramienta Google Trends y Consumer Barometer de Google y Kantar.

El objetivo que perseguimos fue el de comparar la evolución de la demanda en términos de tendencias de búsqueda y comportamientos en internet. Se compararon los resultados entre Provincias en la categoría Travel (Viajes) de Argentina, Brasil, y Mundial.

Los análisis fueron en base a la información recopilada en los siguientes lapsos de tiempo:

- Año 2018
- Agosto Noviembre 2018
- Diciembre Marzo 2019



Para fines referenciales, se adjunta el gráfico con los resultados de Google Trends de lo que va corrido del presente año.

La Provincia de Buenos Aires lidera el interés / popularidad en las búsquedas con un promedio de 59/100. Corrientes se encuentra en último lugar con una popularidad de 4/100

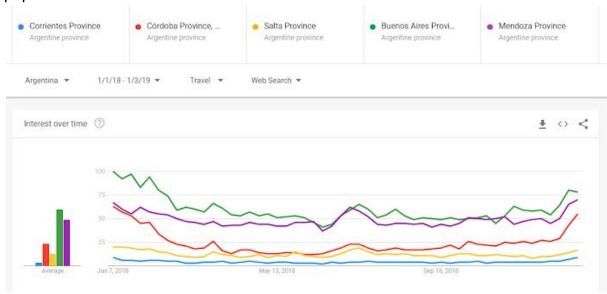


Figura 4: Comparativo de popularidad de búsquedas

Fuente: Google Trends

Las palabras claves de referencia son dominadas por la búsqueda Corrientes, seguida por otros destinos específicos como Bella Vista. Iberá y Esteros del Iberá se llevan el tercer lugar.



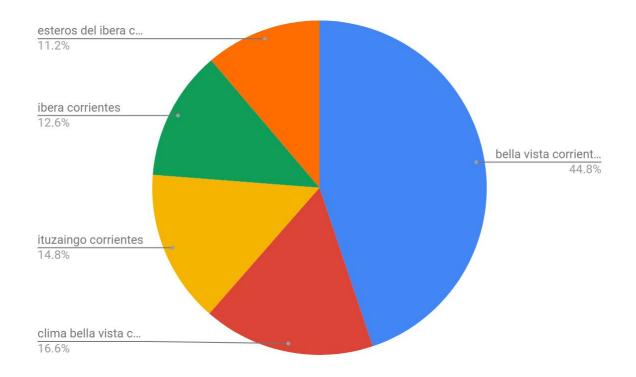


Figura 5: Top 10 de búsquedas sobre Corrientes - 2019

Fuente: Google Trends

Las 4 búsquedas de mayor crecimiento respecto al año pasado resultaron ser:

BÚSQUEDAS EN ASCENSO 2018	
cabañas en esquina corrientes	+350%
corrientes loro park	+90%
santa lucia corrientes	+60%
ibera corrientes	+40%

Tabla 2: Búsquedas en ascenso - enero - noviembre 2018

BÚSQUEDAS EN	
ASCENSO 2019	



corrientes loro park	+120%
clima de bella vista corrientes	+60%
clima bella vista corrientes	+50%

Tabla 3: Búsquedas en ascenso - enero - marzo 2019

2.4 Score de Producto

Para este análisis, se realizó medición y seguimiento digital de la oferta en los siguientes sitios web:

- Agencias de viajes: Despegar.com.ar, Almundo y Avantrip.
- Sitios de referencia: Booking.com y Trip Advisor.

Para su análisis se relevó la información de Vuelos, Paquetes y Hoteles ofertados en los meses de Noviembre, Diciembre de 2018, y Enero de 2019.

Dicho relevamiento se comparó con el de las provincias analizadas en los puntos anteriores y se generó un Scoring según diversificación de la oferta y competitividad.

Para efectos de referencia del análisis se presentan a continuación los siguientes relevamientos:

En el año 2016, siete (7) agencias de viajes y turismo receptivas ofrecían cuarenta y cinco (45) productos de la Provincia de Corrientes. Fuente, catálogo de productos generado por el Programa Federal de Fortalecimiento Comercial "Neo Workshops" del año 2016, desarrollado por Faevyt y la Secretaria de Turismo de la Nación.



Corrientes Activa

Corrientes Gastronó... Corrientes Cultural 2.3% Corrientes Combinada 6.8% Corrientes Corporativa 2.3% Corrientes Urbana 9.1%

Figura 6: Distribución de productos por categoría - 2016

Fuente: Catálogo de productos generado por el Programa Federal de Fortalecimiento Comercial "Neo Workshops" del año 2016

En el relevamiento de vuelos ofrecidos en OTAs, Agencias de viajes emisivas y Metabuscadores nos encontramos con una primera fotografía de la situación, en donde Corrientes tiene una oferta bastante más chica y poco diversificada.

Corrientes Religiosa

Corrientes Natural

6.8%

4.5%

En cuanto a vuelos, los resultados en Despegar para vuelos saliendo el 5 de diciembre y con regreso el 12 del mismo mes, han mostrado a Corrientes con solo 2 vuelos en el último lugar, seguido por Córdoba con 32, mostrando una diferencia muy alta.

En cuanto a precio, el más bajo encontrado para volar a Corrientes es de \$5.750,00, un 40% más alto que el vuelo más barato a Salta y un 23% mayor que a Iguazú, saliendo desde Aeroparque.





Figura 7: Oferta de vuelos desde Aeroparque

Fuente: Relevamiento propio desde el sitio web Despegar.com.ar

La segunda OTA relevada fue Almundo. Encontramos menos resultados pero con diferencias similares a lo relevado en Despegar. Los resultados han arrojado 2 vuelos a Corrientes seguido por 20 vuelos a Puerto Iguazú, Mendoza y Salta.

En cuanto a los precios, el vuelo a Corrientes es nuevamente el más costoso, siendo un 35% más alto que Salta y un 22% más que Iguazú.



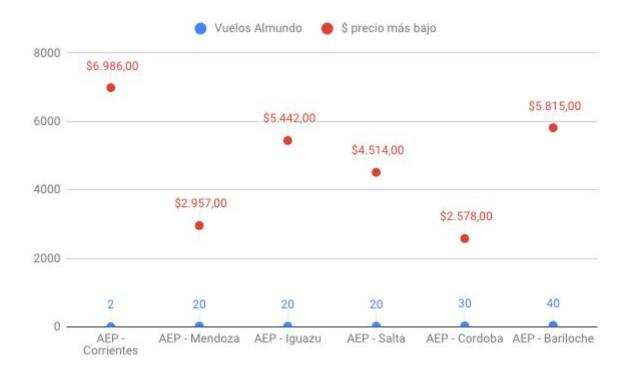


Figura 8: Oferta de vuelos desde Aeroparque

Fuente: Relevamiento propio desde el sitio web Almundo.com

La tercera agencia relevada fue Avantrip. La misma tendencia de resultados se observó acá. Los precios de los vuelos a Corrientes son un 34% más caros que los de Salta y un 18% mayores que a Puerto Iguazú.





Figura 9: Oferta de vuelos desde Aeroparque

Fuente: Relevamiento propio desde el sitio web Avantrip.com

Durante la realización del presente trabajo, la aerolínea Fly Bondi incorporó rutas hacia Corrientes desde su Aeropuerto en El Palomar, Provincia de Buenos Aires y desde la Ciudad de Córdoba. Como añadido al relevamiento de la oferta realizado en vuelos del 2018, realizamos el relevamiento para fechas de viaje entre el 8 al 15 de marzo a la ciudad de Corrientes y conocer así su impacto en la oferta, concretamente cantidad de vuelos y precios.

Vuelos 8 al 15 de marzo 2019								
	Vuelos	\$ precio	Vuelos					
	Despega	más	Almund	\$ precio	Avantrip	\$ precio	Turism	\$ precio
	r	bajo	0	más bajo	Dic. 2018	más bajo	o City	más bajo
		\$5,546.0		\$3,762.0		\$6,349.0		
EPA - Corrientes	2	0	3	0	1	0	9	\$1,954
Córdoba -		\$8,647.0		\$		\$7,590.0		\$
Corrientes	1	0	1	2.045,34	1	0	2	2.045,34

Tabla 4: Relevamiento de variación de oferta en 2019

La llegada de la aerolínea Flybondi aumentó la oferta en 1 vuelo diario saliendo desde Buenos Aires, y de 2 vuelos semanales desde la ciudad de



Córdoba, los días jueves y sábados. Refleja la misma tendencia la oferta de vuelos que tiene un nuevo piso entre un 30% y 55% más económica con su incorporación.

Relevamos también los resultados de búsquedas de hoteles y paquetes en las 3 mismas agencias.

Presentamos los resultados relevados para la búsqueda de hoteles con estadía del 5 al 12 de diciembre del pasado año (2018) para 2 personas y 1 habitación.

Hoteles del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación						
	Despega r	Precio más bajo	Almund o	Precio más bajo	Avantri p	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -			8	\$1.044	4	\$1.832
Hoteles Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Itá Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	2	\$29.098	0		0	
Hoteles Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	76	\$602	100	\$448	40	\$1.047
Hoteles Buenos Aires Ciudad - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	300	\$450	100	\$613	78	\$745
Hoteles Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	82	\$527	100	\$498	17	\$694
Hoteles Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	63	\$491	40	\$622	1	\$6.459
Hoteles Córdoba Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	126	\$759	100	\$622	17	\$978



Hoteles San Carlos de Bariloche - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	147	\$832	100	\$840	31	\$685
Paquetes del 5 al 12 de dic. - 2 personas 1 habitación						
	Despega r	Precio más bajo	Almund o	Precio más bajo	Avantri p	Precio más bajo
Paquetes Corrientes Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	8	\$13.164,00	3	\$8.640	0	\$0,00
Paquetes Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Itá Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	1	\$108.677,00	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	79	\$5.849,00	6	\$3.770,00	2	\$7.345,00
Paquetes Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	100	\$8.806,00	7	\$6.850,00	2	\$9.445,00
Paquetes Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	80	\$6.791,00	11	\$5.410,00	2	\$9.355,00
Paquetes Córdoba Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	100	\$5.677,00	5	\$3.320,00	0	\$0,00
Paquetes San Carlos de Bariloche - del 5 al 12 de dic 2 personas 1						
habitación	100	\$10.212,00	9	\$7.140,00	0	\$0,00



Tabla 5: Presencia de hoteles y paquetes en OTAS

Fuente: Relevamiento propio de los sitios web Almundo, Despegar y Avantrip

Para el presente análisis se relevó también la oferta para la Semana Santa 2019, añadiendo los destinos que durante el segundo viaje, con talleres y visitas, fueron visitados.

Hoteles del 17 al 20 de abril - 2 personas 1 habitación						
T Habitación	Despegar	Precio más bajo	Almundo	Precio más bajo	Avantrip	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -	6	\$6,842.00	5	\$3,360.00	2	\$6,207.00
Hoteles Bella Vista	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Hoteles Ita Ibaté	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
		\$101,798.0				
Hoteles Ituzaingó	1	0	0	\$0.00	0	\$0.00
Hoteles Saladas	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Hoteles en Colonia Carlos Pellegrini	4	\$5,870.00	6	\$4,839.00	0	\$0.00
Hoteles en Loreto	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00
Hoteles en Monte Caseros	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00
Hoteles en Concepción	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00

Paquetes del 17 al 20 de abril 2 personas 1 habitación						
		Precio		Precio más		Precio más
	Despegar	más bajo	Almundo	bajo	Avantrip	bajo
Paquetes Corrientes						
Capital -	3	\$10,621.00	1	\$8,751.00	0	\$0.00
Paquetes Bella Vista	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes Ita Ibaté	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes Ituzaingó	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes Saladas	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes en Colonia						
Carlos Pellegrini	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes en Loreto	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes en Monte						
Caseros	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00
Paquetes en	0	0	0	\$0.00	0	\$0.00



Concepción						
------------	--	--	--	--	--	--

Tabla 6: Presencia de hoteles y paquetes en OTAs 2019

Fuente: Relevamiento propio de los sitios web Almundo, Despegar y Avantrip para todos los destinos visitados

Este nuevo relevamiento no muestra ninguna variación en la oferta, confirmando la ausencia del producto de Corrientes en las principales OTAs del país. Viendo en detalle la oferta por localidad, Corrientes Capital y Colonia Carlos Pellegrini son los únicos con al menos dos productos ofrecidos, Ituzaingó aparece con una única oferta, y de alta gama, el resto de localidades no tienen presencia.

También relevamos los resultados en Booking.com, sitio de referencia mundial para la reserva de alojamientos. En una primera instancia, fueron relevados los destinos visitados hasta el mes de diciembre y los destinos de competencia.

Resultados en Booking.com del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación		
	Total de resultados	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -	32	\$2.314
Hoteles Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	4	\$9.256
Hoteles Itá Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	1	\$19.283
Hoteles Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	11	\$8.558
Hoteles Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	
Hoteles Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	275	\$1.311
Hoteles Buenos Aires Ciudad - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	888	\$1.157
Hoteles Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	207	\$2.057
Hoteles Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	272	\$3.085
Hoteles Córdoba Capital - del 5 al	381	\$3.240



12 de dic 2 personas 1 habitación		
Hoteles San Carlos de Bariloche - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	393	\$3.857

Tabla 7: Presencia en Booking.com

Fuente: Relevamiento propio de los sitios web Booking.com

Luego de visitar la totalidad de los destinos, relevamos también la oferta comparativa en el sitio Booking.com para la Semana Santa de 2019.

Resultados en Booking.com del 17 al 20 de abril 2 personas 1 habitación		
	Total de resultados	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -	36	\$2,368.00
Hoteles Bella Vista	5	\$4,737.00
Hoteles Ita Ibaté	1	\$3,117.00
Hoteles Ituzaingó	9	\$3,552.00
Hoteles Saladas	0	\$0.00
Hoteles en Colonia Carlos Pellegrini	15	\$4,144.00
Hoteles en Loreto	2	\$4,098.00
Hoteles en Monte Caseros	4	\$4,210.00
Hoteles en Concepción	2	\$7,894.00

Tabla 8: Presencia en Booking.com para Semana Santa 2019

Fuente: Relevamiento propio de los sitios web Booking.com

Como resultado, Booking valida también la enorme diferencia de productos listados entre los destinos principales del país y las localidades de Corrientes. La Ciudad de Salta por ejemplo, ofrece 272 opciones de alojamiento, mientras que Corrientes Capital tiene 36.

Trip Advisor es el sitio web de referencia número 1 del mundo para conocer y elegir destinos. Como parte del análisis, este sitio fue también una fuente de información, y análisis.



Presentamos el relevamiento de resultados por categoría de acuerdo al destino. Cada resultado es un contenido desarrollado y publicado en Trip Advisor.com

	Corrient es	Mendoz a	Salta	Córdo ba	CABA	Buenos Aires	Puerto Iguazú
Venta de entradas y tours	0	<u>121</u>	90	0	0	65	0
Comida y bebida	0	<u>253</u>	24	<u>13</u>	69	30	3
Naturaleza y parques	16	64	65	107	74	243	11
Atracciones y lugares de interés	20	77	81	143	465	397	12
Actividades al aire libre	15	131	52	88	130	249	0
Tours	10	188	0	54	339	106	13
Diversión y juegos	4	13	0	26	101	139	4
Conciertos y espectáculos	3	5	4	16	177	51	1
Compras	2	56	22	50	239	112	13
Casinos y juegos de azar	1	4	0	3	4	19	3
Tours en barco y deportes acuáticos	6	32	4	11	39	61	3
Museos	6	32	28	80	156	170	3
Vida nocturna	3	35	8	29	207	31	7
Spas y centros de bienestar	0	8	2	2	148	48	2
Parques acuáticos y de diversiones	0	1	0	9	1	17	0
Zoológicos y acuarios	0	3	0	3	1	8	2
Clases y talleres	0	7	2	3	99	17	0
Transporte	0	11	5	4	69	12	13
Escapadas de un día	0	0	0	0	16	0	22
Recursos para viajeros	1	2	4	5	14	22	0
Total Resultados	87	1043	391	646	2348	1797	112

Tabla 9: Presencia de productos en Trip Advisor

Fuente: Relevamiento propio desde el sitio web tripadvisor.com



En la consultora Madzen, desarrollamos un scoring de producto que analiza tres variables: Index Vuelos, Index Alojamiento y Web Popularity, según el mercado analizado. Con dicho análisis, se genera un scoring en una escala de 1 a 5.

Los resultados de la Provincia de Corrientes arrojan una calificación de 0.45 en el mercado Argentina.

	Web			
Index Vuelos	Index Alojamiento	popularity	Score	
0.2394438735	0.2055077339	0.012	0.4569516074	

Tabla 10: Desglose de Score Madzen para la Provincia de Corrientes Fuente: Relevamiento y metodología propia.

2.5 CONCLUSIONES

En términos cualitativos cabe resaltar una buena predisposición de parte de los prestadores y las agencias de viajes, así como del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes, quienes reciben con manifiesto agrado e interés este proyecto.

Los factores de riesgo que complican el desarrollo del análisis son los mismos de la problemática relevada para una integración comercial potente: problemas de comunicación, por conectividad y por estacionalidad ya que en temporadas altas los prestadores con pequeñas estructuras de personal vuelcan su energía a la operación propia de su negocio.

El incremento en la tendencia general de búsquedas e interés de parte de la audiencia en las redes sociales en los destinos de la provincia de Corrientes, demuestran que existe una mayor potencialidad de viajeros.

En términos de oferta de productos turísticos por parte de los comercializadores, denota una necesidad de mayor desarrollo de alternativas. Esto en términos principalmente de conectividad, es escasa y costosa al compararla con otros destinos turísticos del país. También en oferta de alojamiento ya que son pocos los establecimientos que se encuentran incluidos a la posibilidad de compra y/o reserva digital en las OTAs.

Estas variables confirman la necesidad de acercar más información y producto por parte de los diferentes actores público privados al potencial consumidor. Al momento, es visiblemente más notorio el interés de la demanda que la diversidad de propuestas y alternativas de productos que genera la oferta (agencias y prestadores locales) así como de información que se necesita para la



inspiración y planificación de un viaje que generan desde el trade, así como desde las diferentes entidades públicas orientadas a la promoción de la provincia.



3. TAREA 2: CAPACITACIÓN A LOS PRESTADORES Y OPERADORES RECEPTIVOS EN LAS ÁREAS TURÍSTICAS DEFINIDAS POR EL MINISTERIO ENCUENTROS COMERCIALES REGIONALES

A pedido de la Provincia, de los 3 viajes para los Encuentros Regionales contemplados en los Términos de Referencia se integraron los 7 destinos, cubiertos por el mismo documento, en 2 viajes y resta, únicamente, realizar el Encuentro Provincial.

Durante los dos viajes realizados, contemplados en los Términos de Referencia, se llevaron adelante las siguientes actividades que complementan los Encuentros Regionales (Talleres de Capacitación a prestadores y agencias de viajes de los municipios visitados):

- Reuniones con autoridades del Sector Público y Privado.
- Relevamientos de la oferta de prestadores y agencias de viajes para conocer los productos que se comercializan actualmente.

Los 2 viajes realizados generaron actividades presenciales en los siguientes destinos:

- **Viaje 1**: Ciudad de Corrientes, Ita Ibaté y Bella Vista. Se incorporó las localidades de Ituzaingó y Saladas a pedido de la Provincia.
- **Viaje 2**: Colonia Carlos Pellegrini, Monte Caseros y Ciudad de Corrientes. Se incorporó la localidad de Concepción a pedido de la Provincia.

Las Actividades desarrolladas durante el Viaje 1 fueron: Primera reunión con contraparte provincial; relevamiento (con reuniones) en Ciudad de Corrientes, Ita Ibaté y Bella Vista; Encuentro regional (Taller de capacitación) en Ciudad de Corrientes y Bella Vista. Se incorporó Relevamiento en Ituzaingó y un encuentro regional (Taller de capacitación) en la localidad de Saladas.

Durante el Viaje 2 las actividades desarrolladas en cada localidad fueron: Relevamiento en Carlos Pellegrini, Monte Caseros y en Ciudad de Corrientes (con nuevos referentes); Encuentro regional (Taller de capacitación) en Loreto con prestadores asistentes de San Miguel dada su cercanía. Se incorporó un relevamiento en la localidad de Concepción.

Con respecto al destino Santo Tomé, no ha podido realizarse el relevamiento en esta localidad previsto durante el Viaje 2 debido a un problema mecánico en el vehículo de traslado.

En "Anexo 7.8: Nota Justificación Relevamiento Santo Tomé", al final del Informe, se adjunta esta Nota realizada por la Provincia".



Se ha relevado el destino de manera virtual de la mano de la directora de Turismo de Santo Tomé, Mariel Vargas, y los prestadores locales.

Se contactó a los prestadores de la localidad, indicados por la Dirección de Turismo, para comunicarles el objetivo del Proyecto y se los ha incluido en el proceso de relevamiento de producto y carga de contenido. Hemos enviado por email los formularios enunciados en Capítulo "Base de datos" para la carga de sus productos y se ha realizado un seguimiento y asesoramiento telefónico así como a través de whatsapp.

El relevamiento arrojó un resultado de 8 prestadores participantes del programa de un total de 21 prestadores en la base de datos de la Provincia. Forman parte de las siguientes categorías: Cultura, Naturaleza, Aventura, Gastronomía y Alojamiento.

3.1 Viaje 1 - Primera reunión con contraparte provincial; relevamiento (con reuniones) en Ciudad de Corrientes, Ita Ibaté, Bella Vista e Ituzaingó; encuentro regional (taller de capacitación) en Ciudad de Corrientes, Bella Vista y Saladas.

Entre el 29 de Octubre y el 1 Noviembre del AÑO 2018, se realizó el viaje a la Provincia de Corrientes por parte del equipo de la consultora Madzen conformado por Constanza de la Cruz, Ariana Marchisotti, Damián Habib y Carlos Carrascal. Durante la agenda programada en conjunto con el Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes, se contó con el acompañamiento de Mónica Pierlorenzi, Equipo Técnico de la Subsecretaría de Promoción e Inversiones Turística del Ministerio de Corrientes.

La agenda del viaje fue la siguiente:

- 29/10/2018: Reuniones con Autoridades del Ministerio de Turismo de Corrientes y Taller de Capacitación a agencias y prestadores turísticos en Corrientes Capital.
- 30/10/2018: Relevamiento en Itá Ibaté e Ituzaingó. Visita prestadores turísticos locales para conocer su oferta de servicios.
- 31/10: Taller de capacitación a prestadores y agencias de turismo de Bella Vista.
- 01/11/2018: Taller de capacitación a prestadores y agencias de turismo de Saladas, a pedido de la Provincia.



LUNES 29/10/2018

Ciudad de Corrientes

10 hs.

Reunión entre Madzen y Mercedes Alegre - Coordinación de equipo en Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes)

Temas tratados:

- Relevamiento de listados de prestadores, agencias de viajes, cámaras, asociaciones y afines de la Provincia.
- Presentación de la Agenda de reuniones y capacitaciones a ser efectuadas en cada una de las localidades principales contempladas dentro del Programa.

11 hs.

Reunión entre Madzen y Luis Escobar - Presidente de FETUCORR (Cámara de Turismo de la Provincia de Corrientes) y Empresario de la Agencia de Viajes "CNQ Viajes".

Temas tratados:

- Importancia clave del trabajo asociativo entre sectores privado y público.
- Existencia de una gran desarticulación entre prestadores y agencias. El prestador de Corrientes está acostumbrado al trabajo independiente en la venta directa.
- Esta desarticulación a su vez, se manifiesta a través del desinterés o baja comprensión de parte del prestador para el trabajo conjunto con las agencias, para la venta de su producto. Para ello se precisa trabajar aún más en promover la integración entre prestadores y agencias.
- Se ha desarrollo un nuevo producto: "Iberá por un día".
- Es relevante la contemplación de organizar eventos regionales anuales propuestos desde la Provincia que reúna prestadores de diferentes municipios.
- Sería interesante poder contar con un bus turístico por ejemplo, ante la falta de paseos terrestres.
- Con respecto al arribo de turistas a la Ciudad, el 90% son argentinos. Estos viajeros se contactan con el Ministerio de Turismo quien deriva estas consultas a las agencias receptivas que representan una minoría.
- Miembros activos de la Federación al día de la fecha: Ituzaingó, Mburucuyá, Asociación Hotelera Gastronómica, Federación Correntina de Pesca y Federación de Comparsa de Corrientes.





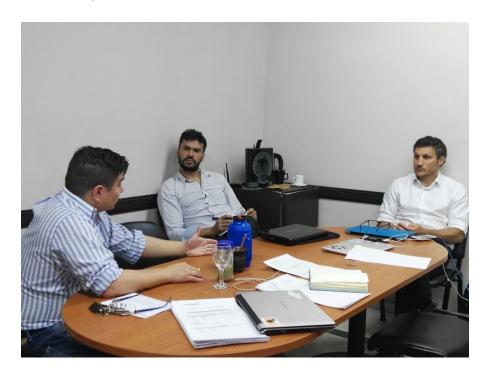
12 hs Reunión entre Madzen y Mauro Fernández - Gerente de la Agencia de Viajes "Siete Puntas".

Temas tratados:

- Para el desarrollo de nuevos circuitos, en el contacto directo con el prestador se encontraron con deficiencias en la atención del cliente por parte del prestador.
- Desarrollo de circuitos históricos que no estaban promovidos. Cada circuito, contempla la visita por diferentes municipios de Corrientes, en su mayoría de baja explotación turística, entre ellos San Roque, Saladas, Empedrado, Costa Cocos, Itatí, Paso de la Patria, Santa Ana.
- En el desarrollo de sus productos, destacó la importancia de contar con la empresa de cobertura para turismo receptivo de Assist Card, ante la existencia de prestadores no habilitados.
- Existencia de prestadores que no presentan interés en el trabajo conjunto con las agencias. Consideran que su venta directa contempla el valor neto del servicio adicionando un extra determinado por ellos.
- Medios de comercialización utilizados para la venta de los productos turísticos de Corrientes: redes sociales y guías turísticos que comercializan



los productos de la agencia desde otros destinos del país como Salta y Esquel.



13 hs Reunión entre Madzen y Cristian Piris - Ministro de Turismo de Corrientes.

Temas tratados:

- Importancia clave de promover una integración entre los sectores privado-privado con apoyo del sector público.
- Generar un mayor entendimiento de la situación actual comercial y de los productos del sector privado entre agencias y prestadores.
- Notable desarticulación del sector privado proveniente del desinterés o la incapacidad de conectar/articular redes comerciales, ante el desconocimiento de la existencia de estos prestadores y agencias de la Provincia. Desde el Ministerio de Turismo Provincial están trabajando en promover este trabajo asociativo.
- Se está llevando adelante una apuesta a la promoción 2019 de la Provincia de Corrientes junto con la Gobernación de la Provincia para preparar al destino en la atención al turista.
- Postergación de fecha del Encuentro Comercial Provincial a ser realizado a fines de Marzo 2019 y entrega del Catálogo de Productos primera semana de Abril 2019.





Taller de Capacitación en Corrientes Capital

 Cantidad de Asistentes: 26 participantes en representación de 17 empresas y 2 profesionales independientes (Se adjunta listado de participantes en "Anexo 6.3.1: Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Corrientes Capital - Tarea 2").

Estructura:

- 1) Apertura de la Capacitación a cargo de Cristian Piris, Ministro de Turismo Provincial.
- 2) Presentación por parte de los capacitadores y coordinación: Constanza de la Cruz, Carlos Carrascal y Ariana Marchisotti.
- 3) Presentación individual de cada uno de los asistentes (agencias de viajes, prestadores, representantes del sector público, cámaras, asociaciones y afines) y destaque de los servicios turísticos que ofrece en Corrientes.
- 4) Se desarrolló un Taller de Capacitación con soporte de una presentación digital denominada "Transformación Comercial del Turismo de la Provincia de Corrientes: Oportunidades y necesidades para la Provincia de Corrientes" (Material adjunto en soporte digital: "Presentación Digital Talleres de Capacitación").
 - Contemplaba los siguientes temas:



- El Viajero, el turismo e internet.
- Problemáticas actuales del sector.
- Transformación en Turismo: Foco en la conversión.
- Transformación digital comercial.
- ¿Cómo es nuestro destino hoy y cuál es su potencial? Customer Journey ¿Qué necesidad tiene nuestro cliente en cada momento del viaje?
- Actividad para identificar acciones para cada etapa del viaje del cliente y la identificación de alianzas posibles.









MARTES 30/10/2018

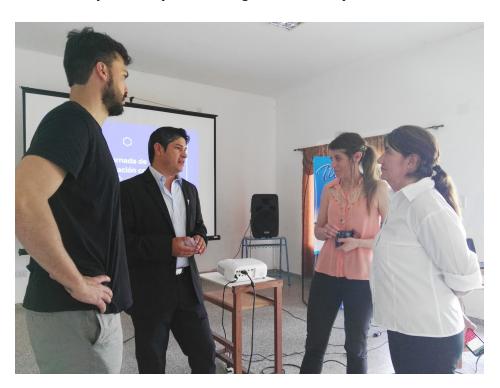
Ciudad de Itá Ibaté 11 hs Walter Adrián Almirón - Intendente de Itá Ibaté



 Resaltó al turismo religioso como una oportunidad en Itá Ibaté además de la pesca.

Mayra Meza - Directora de Turismo de Itá Ibaté Juan Carlos Maciel - Secretario de Turismo de Itá Ibaté

- Pendiente de explotación de la oferta del lugar. Además de la pesca, como atractivo fuerte del lugar, existe oferta gastronómica local y circuitos religiosos no explotados aún.
- Los prestadores no se involucran en la comercialización con agencias de viajes y desconocen el gran potencial turístico que tiene la ciudad para explotar sus recursos.
- Se destacó el siguiente perfil de turistas visitantes: mercado brasileño y misionero, Este último target posee su casa de fin de semana en la localidad.
- Prestadores de origen brasileño ofrecen sus servicios únicamente al contingente de turistas del mismo origen.
- Se notó una falta de integración entre prestadores y una inexistencia del trabajo en conjunto con agencias de viajes.







12 hs

Relevamiento realizado junto a Juan Carlos Maciel, Secretario de Turismo de la Dirección de Turismo de Itá Ibaté y Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes.

Alfredo Fernández, propietario de Cabañas y pesca deportiva Piedra Alta.

- Visita a su establecimiento para conocer la oferta de los servicios que brinda (pesca deportiva, hotelería y gastronomía).
- No trabajan con agencias receptivas. Interés de poder trabajar en conjunto.
- Trabajan con agencias de Brasil con tarifas diferenciales para los targets de turistas que viajan en grupo, solos o a través de esas agencias.
- Target de clientes: mercado brasileño.
- Poseen lanchas para el desarrollo de la actividad pero carecen de la disponibilidad de guías (se trasladan a otros municipios ante la presencia de una mayor demanda en los mismos).
- Se destacó una gran estacionalidad de la actividad de pesca (duración de la temporada de esta actividad, 2 meses). Nos comentó que los meses restantes subsisten con los servicios de hospedaje, como en el caso de los



visitantes misioneros que arriban al destino con sus familias y sus lanchas para hospedarse allí.

- Nos comentaron que cuentan con limitación en base a la conectividad y los servicios de comunicación. Internet es un servicio con limitada conectividad a través de la empresa Arnet.
- No mantienen un registro de visitantes.
- Se destacó la atención personalizada por parte de sus dueños.



13 hs

Relevamiento realizado junto a Juan Carlos Maciel, Secretario de Turismo de la Dirección de Turismo de Itá Ibaté y Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes.

Daniel Teiltelman - Propietario de Cabañas y pesca deportiva Puerto Paraíso

- Ofrecen todo lo necesario para el desarrollo de la pesca deportiva (lanchas, equipamiento, etc).
- Destacó que ha sido el primero que ha impulsado el turismo receptivo del mercado brasileño a lta Ibaté.
- Trabaia en forma directa con agencias de Brasil.
- Tienen clientes con índice alto de rotación.
- Los medios de promoción y comunicación que utilizan para su negocio son: presencia en ferias de pesca, publicidad en redes sociales y pagan publicidad en Brasil).



No trabajan con agentes de viajes. Interesados en trabajar en conjunto.
 Destacó que las mismas le envían información de producto de pesca pero no se concreta la comercialización por esta vía.



14 hs

Relevamiento realizado junto a Juan Carlos Maciel, Secretario de Turismo de la Dirección de Turismo de Itá Ibaté y Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes.

Matías Acquere - Prestador propietario de Cabañas y pesca deportiva El Jardín del Paraná

- Visita a su establecimiento, en compañía de Mónica Pierlorenzi, en representación del Ministerio de Turismo de Corrientes, para conocer la oferta de los servicios que brinda.
- Destacó la falta de cuidado del recurso del río para la actividad de pesca. El turista es más consciente que el lugareño, el cual no toma conciencia del recurso valioso que tiene en su localidad.
- Mencionó como punto central de Corrientes a la conservación.
- Destacó que los responsables de Manejo y Monitoreo de Fauna carecen de conocimiento de la actividad de pesca deportiva o no participan activamente del desarrollo normal de la actividad.



- Comentó que la recaudación en la pesca deportiva proviene de la comercialización de licencias y precintos.
- Destacó como perfil target de visitantes a su establecimiento: mercados Brasil, Chile, Paraguay y Argentina.
- Interesado en trabajar en forma integrada con agencias de viajes receptivas.
- Canales de comunicación que utiliza para la comercialización de su producto: redes sociales y su sitio web a través de consultas.
- Registra datos de sus clientes a través de una plataforma hotelera que se encuentra en su casa matriz de Paso de la Patria. Mantiene un contacto directo con sus clientes a través de intercambio de fotos por celular y redes sociales.
- Destacó que mantiene una gran tasa de retorno (aproximadamente en su mayoría el 50% representa a clientes que retornan).
- Se propone la posibilidad de contemplar paseos que involucren el recurso natural, a través de actividades anexas a la pesca deportiva como puede ser rafting, cabalgatas, safaris fotográficos, tirolesa y alquiler de lanchas.







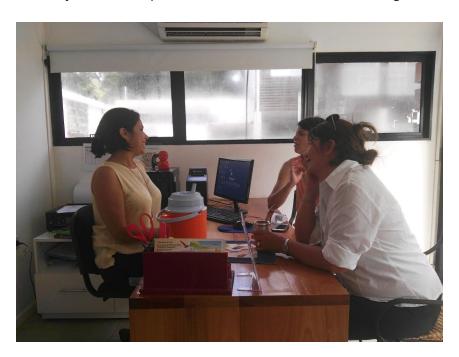
14,30 hs

Relevamiento en Ituzaingó realizado junto a Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes. Victoria Escobar - Gerente de Apart Hotel La Valentina

- Destacó que debe haber un trabajo en conjunto con las agencias. La agencia debería proponer propuestas atractivas en la asignación de comisiones y otros beneficios.
- Actualmente trabajan con dos agencias receptivas pero carecen de estas propuestas atractivas de negocio.
- Comentó que las acciones de promoción del sector público están abocadas a productos como, por ejemplo, los Carnavales, que no representan el 70% de la oferta local de Corrientes. Existencia de otra oferta local atractiva para su promoción.
- Actualmente trabaja con reservas en Booking.com.
- Se destacó el valor añadido diferencial que adiciona en el servicio que ofrece a cada pasajero que proviene de las agencias.
- Mencionó la importancia de poder compartir el riesgo entre agencia y prestador.
- Comentó que la conexión de internet es deficiente.



- Como medios de pago utiliza transferencias bancarias a través del sitio web y tarjetas de crédito mediante booking.com.
- Presenta un registro de datos de los pasajeros.
- Los medios de comunicación utilizados son: redes sociales (facebook e instagram), sitio web del establecimiento y envíos de e-mail.
- Destacó una gran frecuencia de clientes fieles, entre ellos viajeros (6 de ellos regresan cada 15 días), 2 familias que retornan cada mes y, turistas de Chaco y Misiones que arriban cada fin de semana largo.







15,30 hs

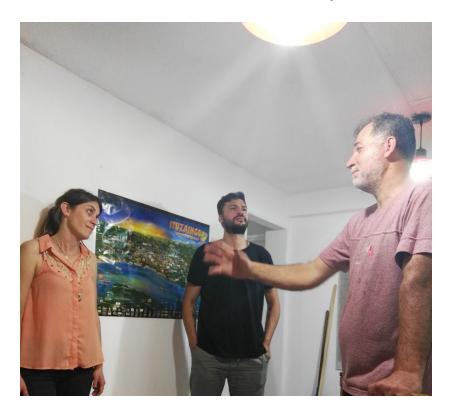
Relevamiento realizado junto a representante de la Dirección de Turismo de la lbaté y Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes.

Rubén Alberto Rivero, Gerente de Cabañas Tío Lucas.

- Destacó la falta de redefinición de estrategias entre todos los portales (menciona el destaque de Concepción como portal de acceso de Concepción).
- Nos comentó que se está trabajando en el desarrollo del Ente Mixto de Ituzaingó.
- Mencionó como punto de fortaleza de Ituzaingó sus 28 playas contando las islas de Apipé Grande y Chico (estas últimas dedicadas al ecoturismo).
- Nos contó que se estarán realizando la apertura de 3 paradores.
- Se destacó el gran compromiso con el desarrollo sostenible a través de su trabajo llevado adelante en la recolección de residuos y la concientización.
- Actualmente trabaja con reservas desde booking.com.
- Comentó que los turistas extranjeros arriban a través del alquiler de autos en Puerto Iguazú y en su gran mayoría el canal utilizado es la recomendación.
- No trabaja con agencias. Destacó que no lo contactan.
- Presenta base de datos digitalizada de sus pasajeros.
- Mantiene una relación contínua con sus clientes (a través de comentarios a través de booking y tripadvisor y, realiza envíos de e-mail).



 Destacó que es la primera vez que se hace presente el Ministerio de Turismo de Corrientes. Mencionó la importancia de su visita cada 6 meses para visualizar el estado de los establecimientos y los servicios ofrecidos.



MIÉRCOLES 31/10/2018

Ciudad de Bella Vista Walter Andrés Chávez, Intendente de Bella Vista. Freddy Feyen, Director de Turismo de Bella Vista.

- Denotación de prestadores que trabajan en pos del desarrollo turístico de la ciudad.
- Inexistencia de agencias receptivas en la localidad.





Taller de Capacitación en Bella Vista

 Cantidad de Asistentes: 29 participantes en representación de agencias de viajes, prestadores, guías y estudiantes de turismo. (Se adjunta listado de participantes en "Anexo 6.3.2: Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Bella Vista - Tarea 2").

Estructura:

- Apertura de la Capacitación a cargo de Freddy Feyen, Director de Turismo de Bella Vista.
- Presentación por parte de los capacitadores y coordinación: Constanza de la Cruz, Carlos Carrascal y Ariana Marchisotti.
- Se desarrolló un Taller de Capacitación con soporte de una presentación digital denominada "Transformación Comercial del Turismo de la Provincia de Corrientes: Oportunidades y necesidades para la Provincia de Corrientes" (Material adjunto en soporte digital: "Presentación Digital Talleres de Capacitación")
 - Contemplaba los siguientes temas:
- El Viajero, el turismo e internet.
- Problemáticas actuales del sector.
- Transformación en Turismo: Foco en la conversión.
- Transformación digital comercial.
- ¿Cómo es nuestro destino hoy y cuál es su potencial?
- Customer Journey ¿Qué necesidad tiene nuestro cliente en cada momento del viaje?



- Actividad para identificar acciones para cada etapa del viaje del cliente y la identificación de alianzas posibles.
- Pitch Elevator de 1 minuto: Presentación individual de cada uno de los asistentes a (agencias de viajes, prestadores, representantes del sector público, cámaras, asociaciones y afines) y destaque de los servicios turísticos que ofrecen en la Ciudad.















14 hs

Relevamiento realizado junto Freddy Feyen, Director de Turismo de Bella Vista y Mónica Pierlorenzi, representante del Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes.

Graciela Gallardi (Docente Artesana) y Daniel Chatelet (ingeniero)

- Poseen un establecimiento hotelero con pronta apertura para turistas.
- Ofrecen servicios como paseos, pileta y quincho para ser utilizado por famílias.
- Se destacó la amabilidad en la atención, el compromiso y motivación en el emprendedurismo como apuesta al turismo en la región.
- Realizan preparaciones gastronómicas caseras que pretenden ofrecer a sus visitantes como mermeladas y licores.







JUEVES 01/11/2018

Ciudad de Saladas 10 hs.

Taller de Capacitación "Transformación Comercial del Turismo de la Provincia de Corrientes".

- Cantidad de asistentes: 25 participantes en representación de agencias de viajes, prestadores, guías y estudiantes de turismo. Presencia de Sergio Pared, actual Director de Turismo de Saladas, Alejandro Samaniego, Secretario de Producción, Turismo y Medio Ambiente y, Marcos Portillo y Melina Acevedo, representantes de APTUR (Asociación de Prestadores Turísticos de Saladas). (Se adjunta listado de participantes en "Anexo 6.3.3: Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Saladas").
- Se destaca el desarrollo y esfuerzo de APTUR (Asociación de Prestadores Turísticos de Saladas) que promueve la integración de prestadores de servicios para trabajo en conjunto.

Estructura:

- Apertura de la Capacitación a cargo de Mauro Fernández, Socio Gerente de la Agencia de Viajes Siete Puntas, Alejandro Samaniego, Secretario de Producción, Turismo y Medio Ambiente y, Rodolfo Alterats, Intendente de la Ciudad de Saladas.
- Presentación por parte de los capacitadores y coordinación: Constanza de la Cruz, Carlos Carrascal y Ariana Marchisotti.



 Se desarrolló un Taller de Capacitación con soporte de una presentación digital denominada "Transformación Comercial del Turismo de la Provincia de Corrientes: Oportunidades y necesidades para la Provincia de Corrientes". (Material adjunto en soporte digital "Presentación Digital Talleres de Capacitación").

Contemplaba los siguientes temas:

- El Viajero, el turismo e internet.
- Problemáticas actuales del sector.
- Transformación en Turismo: Foco en la conversión.
- Transformación digital comercial.
- ¿Cómo es nuestro destino hoy y cuál es su potencial?
- Customer Journey ¿Qué necesidad tiene nuestro cliente en cada momento del viaje?
- Actividad para identificar acciones para cada etapa del viaje del cliente y la identificación de alianzas posibles.
- Pitch Elevator de 1 minuto: Presentación individual de cada uno de los asistentes a (agencias de viajes, prestadores, representantes del sector público, cámaras, asociaciones y afines) y destaque de los servicios turísticos que ofrecen en la Ciudad.











3.2 Viaje 2 - Relevamiento en Carlos Pellegrini, Monte Caseros y en Ciudad de Corrientes (con nuevos referentes); Encuentro regional (Taller de capacitación) en Loreto con prestadores asistentes de San Miguel dada su cercanía. Relevamiento en la localidad de Concepción.

Entre el 25 de Febrero y el 1 de Marzo del presente año, se realizó el segundo viaje a la Provincia de Corrientes por parte del equipo de la consultora Madzen conformado por Constanza de la Cruz, Ariana Marchisotti y Carlos Carrascal.

La agenda del viaje fue la siguiente:

- 25/02: Reuniones con Autoridades de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de Corrientes y con el presidente del Corrientes Convention Bureau.
- 26/02: Reunión con referentes de la Municipalidad de Monte Caseros y relevamiento a prestadores turísticos locales para conocer su oferta de servicios.
- 27/02: Reunión con referentes de la Dirección de Turismo de Carlos Pellegrini y con prestadores de servicios turísticos.
- 28/02: Relevamiento en la Ciudad de Concepción a prestadores de servicios, a pedido de la Provincia. Taller de capacitación a prestadores de Loreto y San Miguel.

LUNES 25/02/2019:

Ciudad de Corrientes

10 hs.

Reunión con autoridades del sector público de la Secretaría de Turismo. Héctor Dávila - Director de Turismo de la Ciudad de Corrientes Juan Pedro Picasso - Subsecretario de Turismo

- Productos y agencias registrados en plataforma www.visitcorrientes.tur.ar. Actualmente hay 9 productos en la plataforma.
- Destacaron el poco know how que presentan las agencias receptivas para el desarrollo de productos receptivos. La propuesta de los productos contemplados dentro de la plataforma visitcorrientes.tur.ar surgieron desde la Secretaría de Turismo de la Ciudad y, se los presentaron a las agencias receptivas de la Ciudad para que puedan comercializarlos CNQ Viajes, Guazú Travel y Correntur.



- Comentaron que en la Provincia de Corrientes únicamente dos agencias son receptivas.
- Se trabajó en el desarrollo del producto "Iberá por un día" con el fin de que los turistas puedan pernoctar al menos una noche en la Ciudad.
- Se desarrolló la Guía Turística de la Ciudad en 3 idiomas: español, inglés y portugués. Esta guía se ha distribuido a todos los hoteles de la Ciudad.
- Nuevos productos que serán lanzados: "Empedrado por un día", "Circuito de la cerveza artesanal" (comprende Chaco y Corrientes), "Un día de lluvia" y, el "bus turístico" de la ciudad
- Nos comentaron que se realizó la apertura del Observatorio de Turismo de Reuniones (se realizan encuestas en todos los puntos de contacto con el turista).
- Están trabajando para que las 49 agencias emisivas de la Ciudad puedan ver el potencial del turismo receptivo para que puedan abrirse a esta nueva modalidad.



11.40 hs. César Zanone - Director de Guazú Travel y Presidente del Corrientes Convention Bureau



- Trabajan desde el Bureau para convertir a Corrientes en destino profesional de Eventos.
- No hablan de turismo de reuniones sino de la industria del evento.
- Nos comenta que actualmente hay 15 empresas que forman parte del Bureau, donde se trabaja desde los remises hasta los hoteles.
- Destacó que es difícil lograr el asociativismo entre empresas que siempre han competido.
- La Presentación en sociedad del Bureau ha sido el 25 de Octubre del 2018.
- El objetivo del Bureau es poder salir a buscar eventos en el país para traerlos a Corrientes.
- Nos comentó que el turismo receptivo va de la mano del Bureau. Desde la organización ofrecen al turista la logística junto con el hospedaje y actividades para que puedan realizar en un día (debido al poco tiempo que permanece el turista de negocios en la ciudad).
- Guazú Travel ha salido al interior del país para formar sus propios productos.
 Hoy tienen 9 productos dentro de su cartera, en el que se incluye el Turismo corporativo y, están terminando de relevar toda la provincia para identificar qué productos hay. Trabajan con el prestador en la concientización.
- Están trabajando en un cronograma de eventos para el destino.
- Destacó que lo más urgente es trabajar con el recurso humano, apuntando al el trabajo en conjunto para el desarrollo del turismo en la región.





MARTES 26/02/2019:

Monte Caseros

08.30 hs.

Reunión con referentes del sector público.

Miguel Ángel Olivieri - Intendente de Monte Casero

Dora Báez - Formuladora de Proyectos en Secretaria de Planeamiento de Monte Caseros

Claudia Álvarez - Concejal de la Municipalidad de Monte Caseros Natalia Percara - Secretaria de Planeamiento de la Municipalidad de Monte Caseros

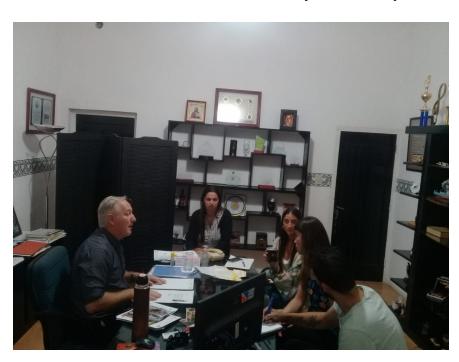
Sergio Periagua - Vice Intendente de Monte Caseros

Daiana Fossot - Administrativa de la Secretaría de Turismo de Monte Caseros.

- Nos comentaron que en Monte Caseros el turismo es de familias y rural.
- Su idea es contar con un programa de turismo que contemple los siguientes programas: "circuito turístico de cítricos", "paseo a la isla" (el Hotel 3 fronteras ofrece hospedaje y paseos en lancha a la isla), parque acuático termal con aguas curativas (cuenta con 4 piletas y el único que cuenta con agua salada sobre el Río uruguay). En este último establecimiento les hace falta un gabinete de salud para atender a cada uno de los turistas con problemas de salud diferentes. Actualmente cuenta con un buffet que no está en funcionamiento.
- Apuntan a traer turistas a la ciudad.
- Nos comentaron que el mejor hospedaje de la ciudad es el Regimiento (cuenta con 100 camas y consideran es el mejor de la ciudad). A su vez, cuentan con otros hoteles y casas de alquiler.
- Monte Caseros es Capital Nacional del Carnaval Artesanal "Carun Berá" (que significa "Luna Brillante". Se destaca la vestimenta realizadas con estilo barroco, con muchas piedras. Cuenta con dos grandes comparsas Orfeo y Carunbera que son las más grandes y las más competitivas en la ciudad. El video "Los brazos abiertos" en youtube refleja la película del carnaval de Monte Caseros.
- Festividades en la ciudad: Festival Provincial de Doma (en Diciembre), Fiesta de la Pesca de la Triple Alianza (en Junio), Fiesta de Apertura de Temporada (en Diciembre) y del Río (entre Navidad y Año Nuevo), Cumpleaños de la ciudad (05 de octubre) con festivales de música, bingos, etc.
- Nos comentaron que el carnaval de Monte Caseros es el único que es más participativo donde se involucra al turista.



- Dentro de las Actividades desarrolladas en Monte Caseros mencionaron: "Desafío Paso Timboy" (en Noviembre), es una competencia de bicicletas que organiza BiciSalud (El turismo es nacional y provienen de diferentes lugares de Corrientes. Se hospedan en hoteles, casas de familia, en el Regimiento y en campings. Quieren realizar una competición de Kayak también) y, "Fuerza Libre Internacional" (turismo carretera con autos más chicos), "Avistaje de Aves sobre el Río Uruguay".
- Nos comentaron que uno de los problemas es la oferta gastronómica.
 Muchos abren por temporada y luego se marchan. Los lugares que nos recomiendan son "Vatel" y "Chef".
- En Monte Caseros, la gastronomía destacada es asado, pescado, cítricos y miel. Se explota la naranja y la miel a través de dos cooperativas productoras.
- Algunos de los productos potenciales atractivos a explotar destacaron que son: "la historia del ferrocarril" (comentan que el pueblo nació y murió con el ferrocarril), quieren armar un programa con varios contadores de historia de Monte Caseros, al estilo de payadores (proponen a Hugo Quiroz como informante del pueblo. Actualmente es guía del municipio), "Encuentro de Artesanos" (comentan que se podría armar un circuito con señalética en cada casa de artesanos. Se destacan tejido en telar y crochet y, trabajo en cuero).









11.30 hs. Relevamiento de la oferta de agencia de viajes local Agustina Cusinato - Encargada de la Agencia Weekend Travel



- Su agencia es emisiva y no receptiva porque la casa central en Paraná se dedica a viajes internacionales.
- Está interesada en abrirse al receptivo con previa autorización de la casa central que le otorga la habilitación para funcionar bajo su nombre. Destaca que ella no puede vender o generar productos sin previo acuerdo con la casa central.
- Nos comentó que Monte Caseros tiene vida los meses de Diciembre, Enero y Febrero. Es muy marcada la estacionalidad que presenta en el año.
- Destacó que los prestadores de Monte Caseros están disconformes con la inexistencia de acciones pero cuando se llevan adelante, presentan quejas.
- Nos comentó que todos tienen ideas de realizar cosas para atraer el turismo pero carecen de iniciativa propia. Esperan que alguien dé el primer paso para poder incorporarse luego.
- Mencionó que si se pudiera diseñar una cartelera turística anual, la situación sería otra.
- Nos comentó que no vende turismo nacional porque con los operadores que trabaja la casa central desde Paraná, los micros no llegan a Monte Caseros pero sí pasan por Paraná que está más cerca de la localidad de origen de estos operadores (Córdoba, Santa Fé).
- Realiza promoción en radio y redes sociales. Cuenta con sitio web la empresa.
- Destacó sus ganas de apostar al receptivo pero visualiza falta de estructura.
 Por ejemplo, no hay empresas de transporte para city tours. Los mismos los realizan desde la Municipalidad en sus autos propios.





12.00 hs.

Relevamiento de la oferta de prestador de servicios turísticos Luis Schiro - prestador de actividades turísticas

- Pertenece al Club Náutico de la ciudad
- Uno de los organizadores de la travesía náutica en kayak por el río timboy. Llegan turistas desde Resistencia, Concordia y Goya.
- Mencionó que la pesca con mosca ya está instalada en Monte Caseros.
- Destacó que sería una gran oportunidad poder realizar una reserva sobre el río Miriñay para poder prestar servicios de pesca deportiva, kayak y avistaje de aves. Estarán trabajando en este desarrollo.
- Actualmente pueden prestar las 3 actividades: pesca, kayak y avistaje de aves (cuentan con una persona en el grupo que se dedica a este avistaje).



12.30 hs. Relevamiento de la oferta de prestador de servicios turísticos



Mario Sosa - Dueño del Restaurante Vatel en Monte Caseros

Temas tratados:

- A los turistas que llegan al establecimiento le recomiendan prestadores de la zona para realizar actividades.
- En temporada alta, la cantidad de cubiertos fluctúa de 5.000 a 10.000
- Provienen principalmente de Buenos Aires.
- El tipo de turismo es turista que están de pasada o tienen familiares en la localidad. Nos comenta que el tipo de turista que visita la localidad son familias con hijos adolescentes o jubilados.
- Destacó que otro motivo de visita son los intereses por las termas. Monte Caseros tiene su parque termal y, está cerca de los principales centros de termas como Federación, Concordia, La Paz, Villaguay.
- Actualmente tienen 18 personas trabajando en el establecimiento.
- Nos indicó que los lugareños no valoran la naturaleza porque conviven con ella.
- Nos comentó que ellos hacen la actividad de vuelo con paramotor.
- El restaurante realiza comida caseras típicas de la región.

MIÉRCOLES 27/02/2019:

Carlos Pellegrini

09 hs

Reunión con autoridades de la Municipalidad Diana Frete - Vicepresidente de Colonia Carlos Pellegrini Valeria Verdaguer - Directora de Turismo de la Municipalidad de Colonia Carlos Pellegrini)

- Valeria nos comentó que es la primer agencia receptiva del lugar (encargada de la agencia Iberá Explorer).
- Mencionaron que Colonia Carlos Pellegrini es un conector de ciudades destacadas como Yapeyú (donde se encuentra la casa Museo de San Martín) y Camino Tres Cerros (con muy linda vista panorámica).
- Destacaron que en un momento Colonia Carlos Pellegrini (que se encuentra conectado con Posadas y Puerto Iguazú) sufrió un período de grandes Iluvias sobre esta ruta de arena que impidió la llegada de turismo internacional desde esos destinos (muchas personas perdían vuelos o se quedaban varados). Actualmente con el enripiado del camino, el tema de las Iluvias no es un problema, sino que lo que más cuesta ahora es recuperar ese turismo internacional que se perdió. Nos comenta que es importante comunicar esta mejora al turista internacional que proviene de esos destinos.
- Comentaron que Colonia Carlos Pellegrini es el único portal con mayor acceso para el público.



- Valeria Trabaja con agencias mayoristas de Buenos Aires como Eurotur y Kallpa Tour.
- Nos comentaron que la estadía promedio del turista en Colonia Carlos Pellegrini es de 3 noches (las distancias hacia este destino son muy largas como para que el turista se quede una noche).
- Dentro de las actividades que se ofrecen en la localidad mencionaron: cabalgatas, comedores, guías especializados, paseos en lanchas, entre otros.
- Destacaron que el hecho de contar con una agencia en la localidad, transmite seguridad al turista ya que muchas de las actividades como las cabalgatas no ofrecen seguros.
- Dentro de Iberá Explorer, Valeria destacó que comercializan productos que abarcan otros portales también. Por ejemplo, el cruce de cabalgatas acuáticas se realiza desde Concepción del Yaguareté Corá (pueblo auténtico en el cual se visualiza el "Moncho del Iberá" cuyo principal lenguaje es el guaraní).
- Omar Rojas es el prestador que realiza la actividad de cabalgatas acuáticas.
 Nos comentó que Omar armó su posada dentro del Iberá (instaló un grupo electrógeno). Los turistas abonan hasta USD 100 por hospedarse en su posada.
- Nos contaron que Andrés Martínez, prestador de "Paraná on the fly", está trabajando en el desarrollo de pesca con mosca en Concepción del Yaguareté Corá. Este prestador lleva los turistas a pescar hospedados en la posada de Omar. Es un actividad de pesca con aventura
- Comentaron que el turista internacional se hospeda en la posada de Omar Martínez dentro del Iberá, luego hace alguna noche en Rincón del Socorro (Portal Uguay) y luego se dirige a Posadas y Puerto Iguazú para su salida.
- Comentaron que ahora los establecimientos de Colonia Carlos Pellegrini cuentan con restricción de hasta 5 plazas por establecimiento. No quieren que ingresen cadenas hoteleras, sino preservar los servicios de alojamiento que brindan los residentes.
- Destacaron que Carlos Pellegrini presenta avistaje de fauna garantizada.
- Nos contaron que algunas de las experiencias de 3 noches que presenta Carlos Pellegrini son: "Senderos de Interpretación", "Paseos en lancha diurna con 4 circuitos" (1: Arroyo Corrientes, 2: Miriñay, 3: Paso claro y, 4: circuito 3). A estos paseos en lancha diurnos, se adiciona circuito de lancha nocturna.
 - Nos cuentan que se comunica "jornada diurna con 4 circuitos" porque siempre solicitan uno de ellos que casi siempre no tiene cupos y no se conocen los otros para aprovecharlos.
- Otros de los productos de esta localidad son: "Lancha por sendero", safaris nocturnos, kayak, cabalgatas. Nos destacan que les interesa mostrar en Catálogo productos que reflejen estos productos combinados en itinerarios de 3,4 y 5 noches.



 Nos comentaron que en Colonia Carlos Pellegrini les hace falta comunicación, conectividad y accesos. Valeria ya insiste en que la Provincia subsidie un transporte terrestre (puede ser una combi) que haga el recorrido Posadas - Colonia Carlos Pellegrini - Mercedes y, viceversa.



Reunión con prestadores de servicios turísticos

11 hs Estrella Losada - dueña de establecimiento Ecoposada del Estero

- Nos comentó que el 40% de los turistas que se hospedan son personas entre 40 y 60 años. Provienen en su mayoría de Buenos Aires y Santa Fé.
- Ofrece excursiones en lancha, kayak, cabalgatas y caminatas diurnas y nocturnas.
- Destacó que la recomendación del "boca en boca" es fundamental.
- Como medios de publicidad y comunicación utilizan instagram y facebook.
 Cuentan con sitio web.
- Trabaja con agencias. En su mayoría son de Buenos Aires. Otorgan comisión 20%.
- Se manejan en su mayoría con el canal directo de venta.
- Nos comentó que está pensando en llevar adelante un proyecto que contemple el desarrollo de una granja que brinde comidas y producción orgánica don actividad de cabalgatas.





11.15 hs Fabricio del Castillo - dueño de establecimiento Arandú Iberá

- Nos comentó que estuvo 28 años trabajando en la Administración de Parques Nacionales.
- Dentro de sus instalaciones, cuentan con quincho, pileta y bicicletas.
- Actualmente trabaja con Booking (les cobra entre 15% 18% de comisión)
- Está analizando herramientas digitales para mejorar la comercialización. Quieren trabajar con Trivago, Despegar y Airbnb.
- Están abiertos a trabajar con agencias de viajes.
- No ofrecen pensión completa para no mantener al turista "cautivo", sino que prioriza el beneficio mutuo (gana él y sus colegas gastronómicos).
- En su mayoría, nos comentó, que el turista que llega es argentino.
- En el caso de turistas extranjeros, nos contó que este segmento consulta plataformas y luego los contactan en forma directa.
- Destacó que los turistas que provienen de Corrientes Capital son menos que los que provienen desde Posadas.
- Recomendó que pueda haber un transporte terrestre constante de Corrientes a Mercedes y, desde Mercedes a Carlos Pellegrini. Actualmente hay dos buses con horarios reducidos.



- Diana nos contó que los próximos proyectos de Colonia Carlos Pellegrini son: se está trabajando en un programa denominado "guías mujeres", proyecto de enseñanza del idioma guaraní, sendero mitológico guaraní nocturno con relatos y sonidos.
- Nos comentó Diana que en el sitio web Ibera.gob.ar tienen cargados todos los prestadores con sus servicios ofrecidos en la localidad.



11.30 hs Cristian Mendieta - empleado de establecimiento Iberá Porá

- Nos comentó que trabajan con grupos grandes (desde 20 a 60 personas) y distintos segmentos de edad (entre ellos muchas personas de la tercer edad).
- Destacó que el tipo de turismo es en su mayoría nacional y en particular, provenientes de Corrientes Capital.
- Poseen agencia de viajes que se encuentra en Goya. Se llama Bonus Track.





JUEVES 28/02/2019:

Concepción del Yaguareté Corá Relevamiento de la oferta de prestadores de servicios turísticos

08 hs

Andrés Martínez - prestador de pesca con Mosca "Paraná on the fly"

- Poseen 4 habitaciones. Tienen 3 lodges (Concepción del Yaguareté Corá, Itatí y Buenos Aires). Es un hospedaje para pescadores. En su mayoría regresan al lugar por los guías y la dinámica de la pesca.
- Por parte de "Paraná on the Fly", realizan actividad de pesca con devolución.
- El tipo de turista es 80% extranjeros provenientes de Canadá y Estados Unidos y el 20% turismo nacional (provenientes de Corrientes capital y Chaco).
- Trabajan con el turismo corporativo (empresas de agroindustrias y bancos que envían a sus empleados a este establecimiento). Les enseñan a pescar.
- Trabajan con la agencia Iberá Explorer y con agencias de pesca de Canadá y Estados Unidos.
- Tienen 4 lanchas americanas para la pesca.
- Ven una oportunidad en el trabajo del segmento birdwatching. Nos comenta que en Estados Unidos se trabaja más la actividad de birdwatching que la pesca.
- Van a promocionar la "ruta del dorado" (3 experiencias distintas en Buenos Aires, Itatí y Concepción del Yaguareté Corá)



- Nos comentó que su inversión es trabajar con áreas protegidas. Mencionó que en los Esteros hoy no hay lugar para otro operador.
- Destacó que el desafío es que se trabaje todos los días y no solamente los fin de semanas (igual que en Carlos Pellegrini).
- Nos comentó que la temporada de pesca es de septiembre a mayo.
- Para la temporada 2020, ya tienen reservas del 60% (el turista extranjero reserva con un año de antelación. El turista argentino reserva con 4 meses de anterioridad). El turista argentino se guía por redes sociales y recomendaciones.
- Nos comentó que el promedio de edad de turistas en el año 2018 fue de 60 años.
- Destacó que el país precisa dólares y la actividad de pesca con mosca atrae ese dinero.
- Mencionó que se destina mucho dinero en permisos de pesca que no se están utilizando para regular la actividad.
- Nos comentó que Argentina está en el Top 3 en el mundo como destino de pesca.
- Destacó que el sector público y privado deben trabajar en conjunto.
- No tienen muchos turistas brasileros pero nos cuenta que en Brasil es más barata la actividad de pesca.
- Compiten en actividad de pesca con Alaska, Mongolia y Cuba, entre los principales.
- Mencionó que los cursos de guías deben ser más exigentes ya que este profesional debe conocer de primeros auxilios.
- Destacó que todo el sector privado tiene que trabajar en conjunto para ofrecer alternativas al turista porque si no tiene actividades para hacer, se aburre.
 - Mencionó la necesidad de trabajar con operadores receptivos donde se contemple el siguiente combo: Hospedaje con actividades y traslados.
- Comentó que se deben reforzar los controles en los cuidados del río. El Río Paraná debe estar protegido como lo están los Esteros. El Alto Paraná debe convertirse en Reserva con custodia de guardaparques.
- Comercializan el producto "3 días en Iberá y 3 días en Itatí".





10 hs Cirilo Leguizamón y Elsa Arrejin - dueños de establecimiento Iberá Rapé)

- Poseen 4 habitaciones (privadas y compartidas con cocina comedor).
- Nos comentaron que los turistas provienen principalmente de Santa Fé,
 MIsiones, Formosa y Paraguay.
- Realiza varios trabajos en madera (sillas, respaldo de camas, mesas).
- Trabajan con Omar Rojas, prestador de actividades y hospedaje en Carlos Pellegrini.
- Comunican mediante Facebook y están empezando a trabajar con Booking.
- Están interesados en trabajar con agencias de viajes.





10.30 hs Liliana Espinosa y Abel Vera - dueños de establecimiento Comedor los Tres Hermanos

- Nos comentaron que el turismo se ha frenado un poco con la inundación que vivieron durante el verano.
- Los turistas son argentinos y extranjeros.
- Trabajan con agencias de viajes de Entre Ríos, y de Rosario. Le envían reservas
- Preparan los desayunos para los turistas que salen a realizar actividades en la zona. La presentación del desayuno es importante para ellos. Utilizan materiales hechos por artesanos como por ejemplo los servilleteros.
- Supieron entender las necesidades del cliente.
- Atienden horario de corrido todo el día.
- Recomiendan actividades de guías y prestadores.







10.45 hs Celia López - dueña del establecimiento Nido de Pájaros



- Nos comentó que la información turística de Concepción del Yaguareté Corá no llega a los turistas. Para ellos "Iberá es Pellegrini".
- Abrieron puertas para trabajar con agencias pero no les enviaron nunca gente.
- Tienen 3 habitaciones con un máximo de hasta 9 personas. Piensan que tal vez ello no cubre el cupo que precisa cubrir una agencia.
- Poseen sitio web y manejan la comunicación a través de Facebook.
- Destacó que los turistas arriban por recomendaciones.
- En Febrero se trabajó más que en Enero.
- Nos comentó que en caso de que ella tenga cubiertas todas las plazas, recomienda otros prestadores de hospedaje locales al cliente.
- Destacó que la localidad la acompaña en variedad de servicios que puede ofrecer al turista (cabalgatas, comidas tradicionales, guías, etc). El turista llega para conocer Iberá.
- Nos comentó que abrieron un establecimiento de hospedaje en Santo Tomé pero destacó que en esa localidad el turista es un número y en Concepción del Yaguareté Corá se produce un acercamiento con el turista.



11.25 hs Saúl Aguirre - dueño de establecimiento Los Aguirres

Temas tratados:

- Emprendimiento gastronómica familiar.



- Ofrecen comidas típicas como polenta, asado y guiso y, alimentación para celíacos.
- Es guía de turismo. Trabaja dentro del Parque Iberá
- Nos comentó que los turistas arriban por recomendación. El 90% son turistas argentinos (provenientes de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fé).
- Destacó que vive de la actividad turística.
- Nos comentó que guía al grupo de turistas por el Iberá y luego su familia los espera en el establecimiento con la comida lista.
- Trabaja con agencias de viajes de Entre Ríos y de Buenos Aires.
- Participa en ferias y asiste a las capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo de Corrientes. Le gustaría capacitarse más en el idioma Inglés.
- Destacó que en la localidad tienen mucho para ofrecer (cultura y naturaleza).

11.45 hs

Ricardo Ríos - guía de turismo y dueño de establecimiento Posta Yatay

Temas tratados:

- Prestador de servicios de turismo rural y ecoturismo. Posta Yatay es un lugar de campo.
- Se capacitó en el curso realizado por el Ministerio de Turismo de Corrientes para guías.
- Realizan paseos con los turistas y travesías en kayak junto con Saúl Aguirre.
- Trabajan con agencias de viajes y turistas independientes. Ya tiene 15 reservas que con ello cubren su ocupación anual.
- Quiere ofrecer un servicio completo de gastronomía, camping y kayakismo y adicionar cabalgata.

11.45 hs

Vanesa Fariña - prestadora de servicios gastronómicos

- Tiene un emprendimiento gastronómico familiar denominado "Sabores de Vanesa Fariña". Trabaja desde su casa.
- En la Fiesta de "Pueblo Abierto" la han invitado a cocinar.
- Desarrolla comidas típicas como desayunos, tortas fritas, guisos, marinera de mandioca, mbaipú (plato típico) y comidas para celíacos.
- En su casa tiene capacidad de hasta 20 personas.
- Los turistas que arriban a su casa provienen de recomendación de los guías de sitio de Iberá Porá.



- Tiene libreta sanitaria otorgada por el gobierno.







12.15 hs Maximiliano Félix Lescano - presidente de la Asociación de guías de Iberá Porá

- Destacó la falta del conocimiento del producto Iberá por parte de la Provincia y de los municipios.
- Trabajan desde la Asociación en el posicionamiento y la concientización del cuidado de la naturaleza y el ambiente en Concepción del Yaguareté Corá. Empezaron con visitas a escuelas secundarias. Nos comenta que "tomar una foto a un animal vivo vale más que la foto de un animal sin vida" y se ha tomado conciencia de ello.
- Representan a 25 profesionales que apuntan a poder vivir del turismo.
- Destacó que es un portal con mucho potencial, no solo por las actividades que se desarrollan actualmente como cabalgatas y paseos en lanchas sino también que están trabajando en el lanzamiento de actividades como ciclismo combinado con kayak y senderismo con acampe en el Parque Iberá.
- Presentaron un proyecto que abarca indumentaria para guías, equipamiento para cocinar, carpas para acampar.



- Están trabajando en el incremento de los sueldos de los guías con el fin de que ellos puedan mejorar profesionalmente y vendan sus servicios de calidad.
- Nos comentó que Saúl Aguirre y Ricardo Ríos son guías actuales de la Asociación.
- Comentó que año tras año están duplicando la cantidad de visitantes.
- Trabajan actualmente con agencias receptivas de Corrientes y por recomendación. La agencia de viajes se contacta con la Asociación y acuerdan tarifas e itinerarios. Comenta que las agencias no saben lo que comercializan (comentan a los clientes que verán fauna segura y no siempre es así). Carecen de información de lo que se realiza en cada portal.
- Destacó que se ha abierto las puertas a inversores pero con la condición de trabajar con la mano de obra local.
- Mencionó que tienen el trabajo de enseñar cómo se comporta el Estero, que precisa para seguir siendo natural.
- Comercializan actividades al por mayor (cuanto mayor es el grupo que reciben, menor es el monto que abonan). Algunos de sus montos fijos son combustible y presupuesto para que la Asociación pueda subsistir. En el caso de turistas que llegan con sus autos, realizan las actividades en esos vehículos.
- Conversaron con CLT (Conservation Land Trust) para que puedan otorgarle el espacio público del refugio dentro del Parque para que la Asociación pueda tomar su cuidado.
- Actividades que se desarrollan, destacó: "Combinado" (se ingresa en lancha y se retoma mediante canoa tirada por caballo o viceversa), "paseos cortos y largos en lancha" (que incluyen "mateada" tradicional con facturas o galletitas), "Cabalgatas" en la periferia del pueblo, "Cruce a nado" (cabalgatas acuáticas) a cargo de Leslie Cook, dueño de la agencia Iberá Explorer junto con Omar Rojas (prestador de alojamiento y actividades dentro del Iberá), "Travesía en kayak" (se desarrolla con guías de la Asociación especializados en kayakismo), "Bicicleteada" (también se desarrolla con guías de la Asociación especializadas en esta actividad).
- Todos los días de la Asociación se quieren especializar en nichos de actividades (cabalgatas, kayak, bicicletas, entre otros).
- Cuando el cliente consulta por una actividad que quiera realizar, la Asociación le otorga el dato de contacto del guía especializado para que pueda pasarle el costo de su servicio al cliente. La Asociación no interviene en el precio de las actividades.
- Destacó que Concepción del Yaguareté Corá nunca ha estado presente en FIT (Feria Internacional de Turismo de América Latina) y gracias a los esfuerzos realizados por la Asociación pudieron estar presentes en la última edición, cubriendo ellos los gastos de traslado y hospedaje. Nos cuenta que en la Feria, de 60 datos de contacto de personas que recabaron, han tenido 20 ventas.



 Uno de los cambios que quieren implementar desde la Asociación es despegar la Concepción de "Iberá es igual a Carlos Pellegrini". Apuntar a lograr una mayor publicidad de Concepción del Yaguareté Corá por parte de la Provincia.



13 hs Ariadna Macnb - Equipo de CLT (The Conservation Land Trust) en el desarrollo local de la localidad

- Se define como "Manager de los baqueanos" del lugar. Se dedica al desarrollo de la actividad turística de los baqueanos.
- Ayuda a coordinar las actividades que llevan adelante los baqueanos.
 Trabajan mucho con el paseo combinado de lancha y canoa.
- Ella trabaja para que los lugareños no queden excluidos de los programas nacionales y provinciales, como el caso del Programa "Aguas para todos".
- Destacó las siguientes actividades desarrolladas por los lugareños: "paseos cortos y largos que incluyen visita al refugio con el fin de compartir momentos con los lugareños y "paseos combinados de lancha y canoa a botador".
- Comunica estas actividades a través de las redes sociales de la Asociación de guías de Iberá Porá o de las redes sociales del prestador Omar Rojas (prestador de servicios de alojamiento y actividades dentro del Iberá).



13.30 hs

Reina Sandoval - prestadora de servicios gastronómicos

Temas tratados:

- Brinda servicio de comidas en su casa a turistas que recibe.
- Destacó que ha sido una revolución en su vida el poder brindar sus comidas caseras a turistas. El turismo le ha permitido un balance en su vida.
- Comentó que Fondetur (Fondo para el Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo de la Nación) recibió una cocina industrial para desarrollar su actividad.
- A través de los pedidos que recibe se siente útil en el pueblo. Le solicitan comidas como pastelitos, pasta frola de dulce de mamón, mbaipú, tartas, entre otros). Prepara viandas de comida frías.
- Nos comentó que los turistas llegan de muchos lados a través del boca en boca. Ha recibido italianos, franceses, romanos.
- Cocina a toda hora porque los restaurantes en el pueblo cierran y hay turistas que regresan de sus actividades en diversos horarios.
- Comentó que desde el Concejo Deliberante de turismo en la localidad se reúnen para hacer balance respecto de las fallas que han tenido. Transmite las quejas de los turistas para que puedan mejorar en la prestación de servicios en la localidad.
- Nos comentó que cuenta con libreta sanitaria otorgada por el gobierno, aunque destacó que carece de seriedad porque faltan controles en la misma.

Jueves 28/02:

Loreto

16.00 hs

Reunión en Loreto con referente del sector público Gladys Odila - Delegada de Provincial de Turismo en Loreto

- Destacó que el turista se hospeda entre 4 y 5 días.
- Nos comentó que no cuentan con transfer en la localidad. Los dueños de los hospedajes se encargan de acercar a los turistas a San Miguel. Luego desde San Miguel se realizan los traslados hacia el Portal San Nicolás.
- Destacó que cuando tengan su propio portal (San Antonio) va a ser diferente el turismo en la localidad.
- Actividades que se realizan en Loreto destacó: caminata guiada por el monte de Loreto Por, recorrido por el caso histórico de la ciudad donde se cuenta la historia de Mario Bofill, cantante de música chamamé cuya casa se encuentra en la ciudad.



- Tienen una Capilla Museo con reliquias de antepasados pero se encuentra cerrado por restauración.
- El turismo que arriba es nacional, aunque han recibido turistas de España y Rusia. Realizan la conexión Puerto Iguazú, Esteros del iberá y siguen su recorrido.
- Destacó la gran conexión con los portales que tiene Loreto.
- Informan a los turistas sobre otros portales y les brindan los datos de contacto de los centros de información y guías para que puedan contactarlos e informarse sobre las actividades en cada uno.



16.30 hs. Taller de Capacitación en Loreto a prestadores de servicios turísticos de Loreto y San Miguel

 Cantidad de Asistentes: 25 participantes en representación de agencias de prestadores de servicios turísticos, guías y estudiantes de turismo. (Se adjunta listado de participantes en "Anexo 6.3.4: Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Loreto").

Estructura:

- Apertura de la Capacitación. Presentación por parte de los capacitadores y coordinación: Constanza de la Cruz, Carlos Carrascal y Ariana Marchisotti.
- Se desarrolló un Taller de Capacitación contemplando las problemáticas actuales del sector y herramientas digitales para la conversión.



- Actividad para identificar problemas y potencialidades de los destinos y sus productos actuales de Loreto y San Miguel. Se dió apertura a un debate entre los asistentes para que nos cuenten sobre estos puntos en su destino. Los resultados obtenidos de este debate fueron:
- Destacaron la falta de luz en el pueblo de San Miguel.
- Dentro de las actividades y servicios actuales desarrolladas en San Miguel mencionaron: kayak, alquiler de bicicletas, transfers (combis y remises hacia el portal San Nicolás), casas de comidas, hospedajes. Prestadora de turismo vivencial que ofrece servicios para pasar un día de campo (ofrece comidas típicas y realizan cabalgatas).
- Destacaron la importancia de contar con un traslado más chico para que el turista pueda trasladarse de Loreto a San Miguel. Actualmente hay colectivos de línea. En loreto hay prestadores de combis que no explotan su potencial.
- En portal San Nicolás, se realizan cabalgatas, kayak, canoas y camping. Hay más de 150 variedades de especies de aves, carpinchos, yacarés y ciervos del pantano (en función del clima). Cuenta con guardaparques y representantes de CLT (Conservation Land Trust) que habitan allí para resguardo del portal. Es de carácter público (el turista puede ingresar solo pero se le recomienda asistir con un guía baqueano.
- Los servicios se contratan desde San Miguel porque en el Portal de San Nicolás no hay proveeduría.
- Destacaron que en Loreto hay mucha reliquia histórica (imágenes en la Casa Museo que se encuentra cerrado por restauración), y potencial natural.
- Loreto cuenta con una estancia de ecoturismo denominada "San Juan Poriahú" (que significa "pobre") que trabaja con agencias de viajes de Buenos Aires.
- La mayoría de los prestadores de Loreto no trabajan con agencias de viajes, exceptuando la Asociación de Prestadores Turísticos.
- Nos comentan que desde la Asociación de Prestadores Turísticos se presentaron diferentes proyectos de circuitos como: "Circuito por casas de relíquias", "Circuitos de Sendero Escuela Rancho" (donde se ubica la Casa Museo que se encuentra cerrada con impronta de época de los jesuitas con mobiliarios guardados), "Personajes que vivieron en el pueblo".









4. TAREA 3: ENCUENTRO COMERCIAL PROVINCIAL ENTRE COMERCIALIZADORES LOCALES Y PRESTADORES

El Encuentro Provincial, contemplado dentro del Viaje 4 de los Términos de Referencia de la "Propuesta para el Fortalecimiento Comercial Turístico de la Provincia de Corrientes" se ha realizado el día 25 de Abril, debido a la solicitud de prórroga solicitada por el Ministro de Turismo de la Provincia de Corrientes, Cristian Piris, para su realización.

En "Anexo 6.5: Nota de Prórroga para Encuentro Provincial" del presente informe se adjunta solicitud de prórroga realizada por el Ministro Cristian Piris al Subsecretario del Consejo Federal de Inversiones.

Este Encuentro se ha realizado el día 25 de Abril en el horario de 10 a 14 hs en el Turismo Hotel Casino de la Ciudad de Corrientes, contando con dos salas: una sala de conferencias y, una sala destinada a las rondas de negocios.

El objetivo perseguido fue el de generar un punto de encuentro comercial para fortalecer la cadena de valor del sector turístico correntino. Incentivar y potenciar las relaciones entre los prestadores de servicios y quienes lo comercializan, las agencias de viajes. A través de las presentaciones realizadas se transfirió conocimiento dotándolos de herramientas para el desarrollo de su producto y su comercialización.

La agenda de este Encuentro con sus expositores se detalla a continuación. Cabe aclarar que la misma tuvo su comienzo a las 10 hs para poder dar margen de tiempo a los prestadores que tuviesen que viajar desde otras localidades fuera de la Ciudad Capital. Se ha reestructurado esta agenda incorporando nuevos contenidos de interés para la Provincia, desestimándose algunos contemplados en los "Términos de Referencia", de la presente propuesta:

10 hs: Bienvenida y explicación del proyecto de Fortalecimiento Comercial.

La apertura formal del evento estuvo a cargo del Ministro de Turismo de Corrientes, Cristian Piris y, Sebastián Slobayen, Secretario de Inversiones Turísticas de la Secretaría de Turismo de Nación.

Por parte de Constanza de la Cruz, Directora de Madzen, se realizó una introducción respecto de esta Propuesta de trabajo en la cual se ha comentado la realización de las 4 tareas comprendidas dentro de la misma, destacando la



realización del Catálogo de Productos de la Provincia con el fin de incentivar a nuevos prestadores en la incorporación de sus productos.

10.30 hs: ¿Cómo vender mejor mi producto turístico?:

Líneas de Crédito CFI.

A cargo de Marcelo Pérez, Técnico del Consejo Federal de Inversiones (CFI).

Tema tratado: se abocó a la gratitud de poder contar con líneas de financiamientos al sector por parte del Consejo.

Seguros para el Sector Turismo.

A cargo de Daniel Cassiet, Productor Asesor de Seguros. Presidente de la Federación Económica de Corrientes.

Tema tratado: Se destacó la importancia de poder contar con seguridad jurídica y presupuestaria en el desarrollo de la actividad turística que se desempeña.

• ¿Cómo desarrollar un producto turístico? (Se adjunta en soporte digital en Carpeta "Anexos": 6.7: ¿Cómo desarrollar un producto turístico?")

A cargo de Constanza de la Cruz y Carlos Carrascal, de Madzen.

Temas tratados: principios de la confección y comercialización de productos turísticos, sus características y recomendaciones.

 Mejores prácticas de comercialización. (Se adjunta en soporte digital en Carpeta "Anexos": 6.8: Mejores prácticas de comercialización")

A cargo de Constanza de la Cruz y Carlos Carrascal, de Madzen.

Temas tratados:ecosistema actual de comercialización de la industria del turismo, actores y modelos de negocios.

11.30 hs: Break

11.45 hs: Desarrollo de la capacitación sobre el producto turístico de los operadores receptivos locales, incluyendo la presentación del Catálogo Actual de Productos del Destino.



- Duración: 45 minutos

- Temática:

- Presentación multimedial de los productos turísticos comercializables del destino. (En Tarea 4, dentro del "Formato Multimedial" se puede visualizar el contenido web presentado en forma online durante este Encuentro)
- Presentación del catálogo de productos del destino (en formato digital). (Se adjunta en soporte digital en carpeta "Anexo 6.9: Presentación digital de los productos turísticos")

12.30 hs: Desarrollo de la ronda de negocios entre los prestadores y los comercializadores (agencias de viajes).

Se desarrolló una agencia de citas preacordadas entre los participantes del encuentro que gestionó el equipo ejecutor del presente programa.

Han participado de las rondas de negocios 13 agencias de viajes receptivas y emisivas de la Provincia de Corrientes. Ellas fueron: CNQ Viajes, Turismo Diversidad, Chipotour, Koe Itu, Vestigium, Guazú Travel, Correntur, Iberá Explorer, Lara Viajes, Qturismo, Alizze Viajes, Furiasse Viajes y Tres Mares. No participaron finalmente por inconvenientes personales: Gastón Travel&Business, Vete de Viaje, Minerva EVT.

Estas agencias emisivas participaron de las rondas de negocios por su interés de poder abrir el canal receptivo dentro de su negocio.

La dinámica ha sido la siguiente:

- Las agencias de viajes formaban parte de una mesa individual identificada con su logo
- Se pre-agendaron, días previos al evento, algunas reuniones entre agencias y prestadores de acuerdo con el perfil del tipo de producto que la agencia estaba interesada en promover dentro de su cartera de productos. Se adjunta en soporte digital en Carpeta "Anexos", *Anexo 6.10: Reuniones pre-agendadas para Encuentro provincial*).
- Los prestadores se acercaron para poder presentar su oferta de productos y servicios turísticos.



 Las rondas de negocios fueron cronometradas (10 minutos por cada ronda), identificándose el orden de las rondas a través de una presentación digital proyectada. (Se adjunta en soporte digital en Carpeta "Anexos": 6.11: Pantallas Rondas de Negocios").

- Duración: 90 minutos

El Encuentro ha tenido un total de 162 asistentes. (Se adjunta en "Anexo": 6.12: Asistentes Encuentro Provincial").

Estuvieron presentes prestadores y agencias de viajes del sector privado y, funcionarios del Sector Público a nivel nacional, provincial y local, entre ellos: el Ministro de Turismo, Cristian Piris; el Secretario de Inversiones Turísticas de la Secretaría de Turismo de Nación, Sebastián Slobayen; el Subsecretario de Turismo de Corrientes, Pedro Cassani; el Subsecretario de Turismo de la municipalidad de Corrientes, Juan Pedro Picasso.

La convocatoria se ha realizado de la siguiente forma:

- El Ministerio de Turismo ha realizado la convocatoria por su parte a través del envío de invitación formal a todos los directores de turismo de la Provincia y, a una base de prestadores turísticos de la Provincia que asisten con mayor frecuencia a los eventos organizados por la Provincia. A su vez, se ha contactado a la Regional AAAVyT Nordeste (Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo Región Nordeste) con motivo de poder invitar agencias de viajes de las Provincias de Chaco, Corrientes y Formosa para que puedan participar de las rondas de negocios para conocer la oferta de productos de la Provincia.
- La Consultora Madzen, por su parte, ha realizado envíos de email con la invitación formal al total de la base de datos de la Provincia (alrededor de 900 contactos), llamados telefónicos a una selección de 100 contactos claves correspondientes a prestadores que han participado de los relevamientos, reuniones y talleres de capacitación realizados y, comunicaciones a través del grupo de Whatsapp "Corrientes Grupo de Integración Turística". Se ha realizado invitación por parte de la consultora a agencias de viajes asociadas de las siguientes regionales AAAVyT que forman parte de FAEVyT (Federación Argentina de Empresas de Viajes y Turismo), debido al interés de la Provincia por estas regiones: ACAV Córdoba (Asociación Cordobesa de Agencias de Viaje), ASAT (Asociación Salteña de Agencias de Turismo),



AMAT (Asociación Misiones de Agencias de Turismo) y AAAVyT Nordeste (Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo - Región Nordeste).

De estas agencias invitadas, participaron 3 empresas de la Provincia de Chaco (Vagabundos, Chela Ibañez y Galfras Tur), pertenecientes a la Regional AAAVyT Nordeste (Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo - Región Nordeste).



Debajo se adjunto modelo de invitación enviado:

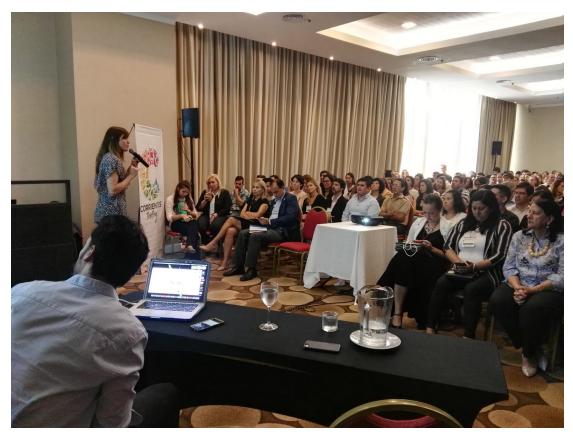




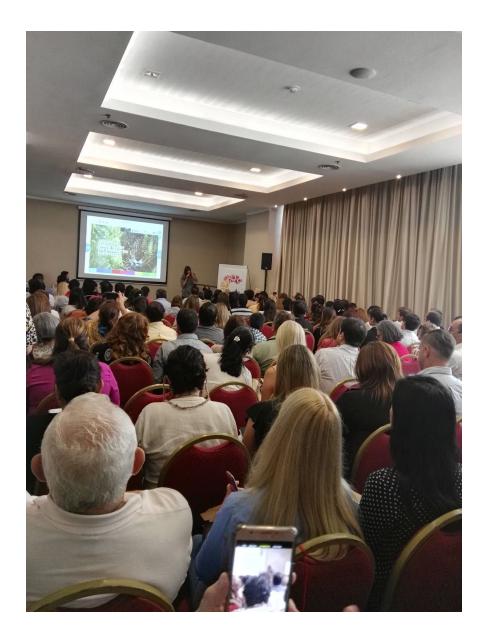
Material Fotográfico del Encuentro:































Dentro del plan de trabajo se contaba con una previsión para el Viernes 26 de Abril realizar una actividad en Concepción del Yaguareté Corá que contemplaba una entrevista a Ariadna Macnab de CLT (The Conservation Land Trust) y los lugareños de la localidad para conocer en detalle el trabajo que se está realizando basado en el desarrollo sostenible.

Debido a condiciones climáticas desfavorables ese dia, no se ha podido realizar esta actividad, dada la dificultad de acceso a esta Localidad.



5. TAREA 4: REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA OFERTA DE CATÁLOGOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE CORRIENTES

Para el relevamiento de la oferta turística de la Provincia, reflejada en el catálogo provincial cuya finalidad se encuentra en el alcance del presente proyecto, se llevaron adelante 4 videollamadas (Hangouts) con los prestadores de las localidades visitadas, y sus alrededores. Además se amplío la convocatoria a los prestadores habilitados quienes no pudieron asistir a las actividades realizadas en los dos viajes.

Con el objetivo de recopilar la oferta actual de productos turísticos de la Provincia, se ha realizado envíos de mail con dos formatos para la carga de contenidos: una planilla de Excel en donde deben cargar los productos y servicios que prestan y, un formulario para el armado de su perfil comercial. Estos dos formatos de encuentran en el soporte digital, en carpeta "Anexos": 6.1 Base de Datos.

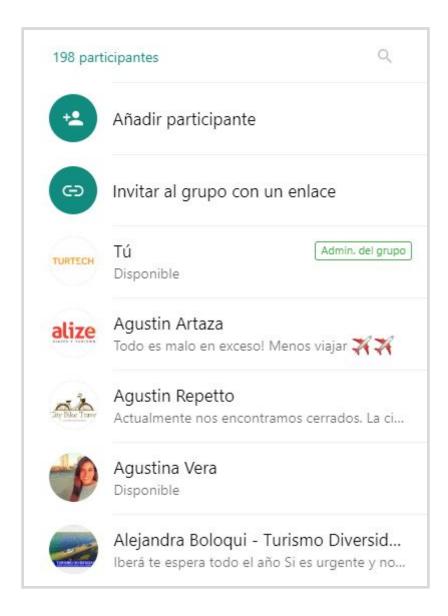
A su vez, se trabajó en conjunto con los prestadores y agencias de viajes a través de dos canales adicionales:

 Un grupo de WhatsApp "Corrientes - Grupo de Integración Turística". El objetivo era que puedan contar con un espacio de comunicación multi-direccional, para facilitar el conocimiento entre los prestadores, la información sobre las novedades, y el trabajo en conjunto. A la fecha de este informe final, el grupo posee 198 integrantes.

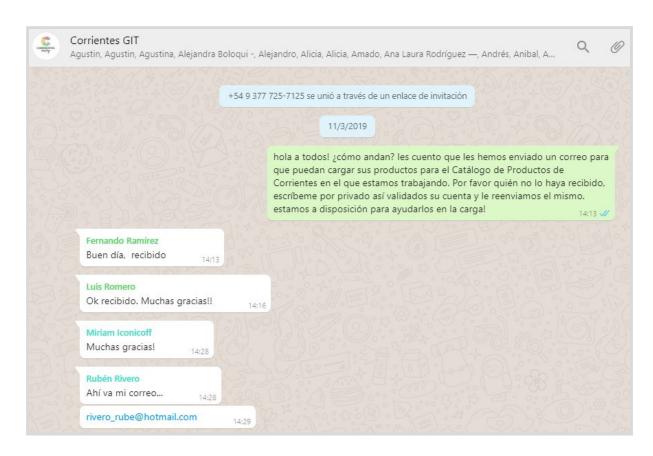
















 Asistencia a través de seguimiento telefónico, ayudándolos en la carga de sus contenidos y el envío de información adicional de sus productos (videos, fotos, etc.).

Se ha realizado una revisión de los productos contemplados en el Catálogo de Productos Turísticos de la Provincia de Corrientes 2016 arrojando un total de 45 productos.

A través del trabajo realizado con los municipios relevados y los prestadores y agencias de viajes de Corrientes en la carga de sus productos para la actualización de este Catálogo de Productos de la Provincia, se han identificado 247 productos (227 productos identificados previo a la realización del Encuentro provincial y, 20 productos nuevos resultantes de este Encuentro).

Se presenta una variación en la cantidad de productos y destinos y una reestructuración de las categorías respecto de los contenidos presentados en el Encuentro y los presentados en este Informe Final. Esto se debe a que, los contenidos presentados durante el Encuentro provienen de un relevamiento parcial para su presentación a la audiencia el día del evento.

A continuación se presentan los resultados finales del trabajo de análisis, reestructuración e incorporación de nuevos productos realizado luego del Encuentro.

- 247 Productos
- 8 Categorías que aglomeran a estos productos:

Cultura: 29
Naturaleza: 37
Aventura: 52
Gastronomía: 21
Transporte: 6
Negocios: 3
Pesca: 12

Alojamiento: 87



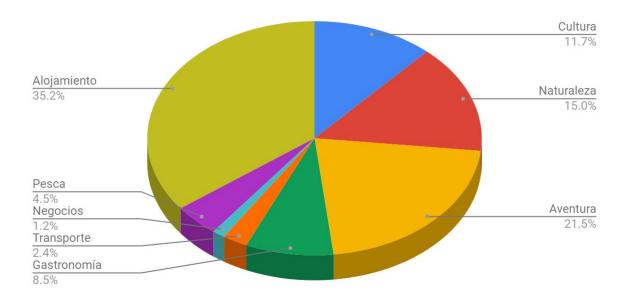


Figura 10: Total productos por categoría. Provincia de Corrientes.

Fuente: Elaboración propia en base a análisis de productos cargados.

- Destinos contemplados: prestadores y agencias de viajes de las siguientes 26 ubicaciones:
 - Bella Vista
 - Caá Cati
 - Carlos Pellegrini
 - Concepción del Yaguareté Corá
 - Corrientes
 - Empedrado
 - Esquina
 - Goya
 - Ita Ibaté
 - Ituzaingó
 - La Cruz
 - Loreto
 - Mburucuyá
 - Mercedes
 - Monte Caseros
 - Parque Nacional Iberá
 - Paso de la Patria



- Saladas
- San Antonio Isla Apipé Grande
- San Cosme
- San Miguel
- San Roque
- Santa Rosa
- Santo Tomé
- Sauce
- Gobernador Virasoro

				Gastrono		_		Alojamien	TOTAL PRODUC- TOS POR CATEGO- RIA (POR
Dalla Vert	ra	za	ra	mía	te	cios	Pesca		DESTINO)
Bella Vista	2		2				2	2	8
Caa Cati								1	1
Carlos Pellegrini	3	2	4					17	26
Concepción del Yaguareté									
Corá	1	4	5	10	2		2	10	34
Corrientes	9	9	14	4	3	2	2	9	52
Empedrado								1	1
Esquina			2					6	8
Goya							1	3	4
Ita Ibaté							1	4	5
Ituzaingó	6	9	14			1	1	6	37
La Cruz							1	1	2
Loreto	5	4	3	2				8	22
Mburucuyá	1	5	1					2	9
Mercedes		1			1		1	3	6
Monte									
Caseros				1					1
Parque									
Nacional									
Iberá			1					4	5
Paso de la									
Patria			1				1	2	4
Saladas								1	1



San Antonio									
Isla Apipé									
Grande								1	1
San Cosme				1					1
San Miguel		2	3					2	7
San Roque								1	1
Santa Rosa				1					1
Santo Tomé	2	1	1	2				2	8
Sauce			1						1
Gobernador									
Virasoro								1	1
TOTAL									
PRODUCTOS									
POR									
CATEGORIA									
(PROV.									
CORRIENTES)	29	37	52	21	6	3	12	87	247

Tabla 11: Total Productos por Categoría, por Destinos de Corrientes.

Fuente: Recopilación de productos cargados por prestadores y agencias de viajes de la Provincia.



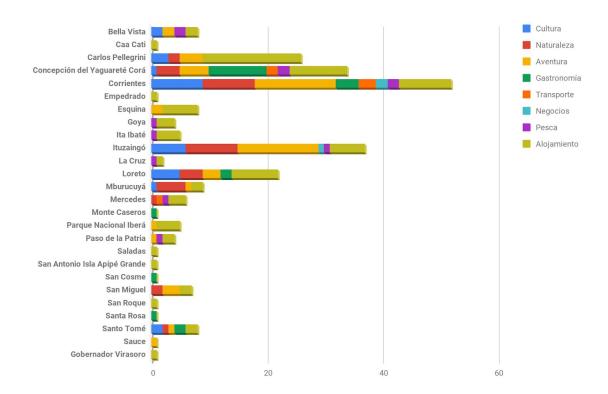


Figura 11: Total productos según categorías por destinos identificados.

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de productos cargados

De acuerdo a los "Términos y Referencias" del presente Proyecto, se han diseñado dos formatos de Catálogo:

- 1) Formato Multimedial
- 2) Formato Digital

5.1 Formato Multimedial

Se trata de una sitio web rápido, de libre acceso y responsive (adaptable a cualquier dispositivo). Está abierta al público y en buscadores y, se presenta en idioma español.

Su acceso es: http://corrientes.lanthemes.com/.

Esta plataforma web se vinculará a la url www.corrientes.turismo.com.ar cuando se obtenga el permiso por parte de la Provincia para su integración.



Los contenidos se gestionan a través de un tablero de control en donde se pueden visualizar las visitas, interacciones e indicadores de performance determinados sobre cada uno.

Cuenta con una página de inicio del catálogo con barra de búsqueda con filtros para una navegación adecuada. Se agregan destacados que conforman las agrupaciones de productos en categorías.

Debajo se detallan estas secciones con sus contenidos:

- Buscador: se puede realizar la búsqueda a través de filtros: "Regiones" o "Categorías (Alojamiento, Actividades, Gastronomía, etc)."
- Categorías: permite seleccionar la categoría de productos que se desea
- Productos: se muestran todos los productos con sus contenidos
- Mapa: se muestra las localizaciones de los productos. En esta sección puede filtrarse la búsqueda de productos por "Precio (rango de precios)", "Regiones" o por "Categorías".



Figura 12: Home plataforma web - Parte I.

Fuente: http://corrientes.lanthemes.com/



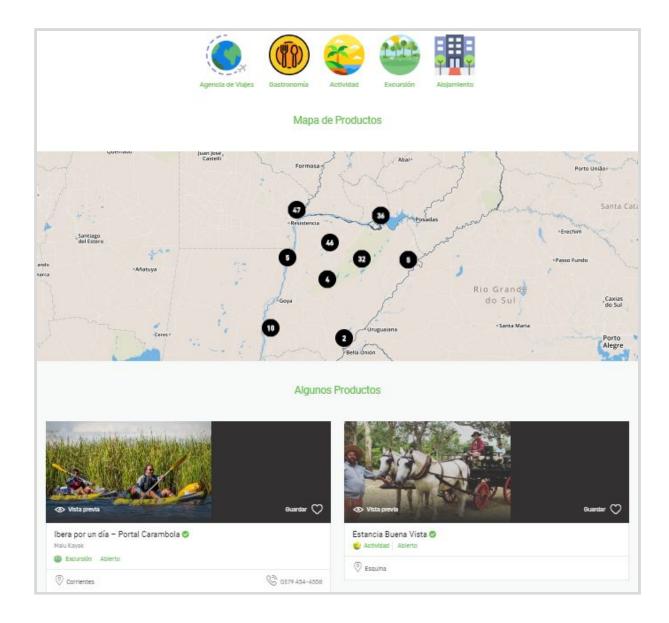


Figura 13: Home plataforma web - Parte II.

Fuente: http://corrientes.lanthemes.com/

Cada uno de los productos cuenta con una visualización de los campos requeridos mencionados en la Tarea 4 de este reporte. Este detalle está acompañado de los datos de contacto del prestador y un contacto vía formulario. Este formulario generará un email al prestador con el asunto y los datos de quien contacta.



Cada producto contiene los siguientes campos:

- Título del producto turístico
- Descripción del servicio ofrecido y del itinerario: en el caso de productos que presentan un cronograma de actividades.
- Atractivos que incluye: servicios, destinos y/o actividades que presenta el producto turístico.
- Nivel de Dificultad: categorizados en: Baja Baja/Media Media Media/Alta -Alta
- Temporada que presta el servicio: aplica a Todo el Año, Temporada Alta -Temporada Baja de la actividad o fechas puntuales
- Logo, en caso de contar con uno, y contacto de la empresa que brinda el servicio: nombre de la empresa y/o prestador, sitio web, email y teléfono de contacto, link de redes sociales Facebook e Instagram, en caso de contar con alguna de ellas.
- Imágenes del producto
- Video del producto
- Mapa para localizar donde se presta el servicio
- Precio: rango de precios (1: \$0 a \$500 / 2: \$501 a \$2000 / 3: \$2001 a \$5000 / 4: Más de \$5.000)
- Duración: en valor y unidad (horas, días, noches)

Al filtrar una búsqueda por región o categoría, aparece un listado de productos resultantes, que se actualizan en la misma página para mejorar la búsqueda del usuario.

El listado cuenta con una portada y la descripción de cada producto. Desde este listado se accede a la vista de detalle del item.



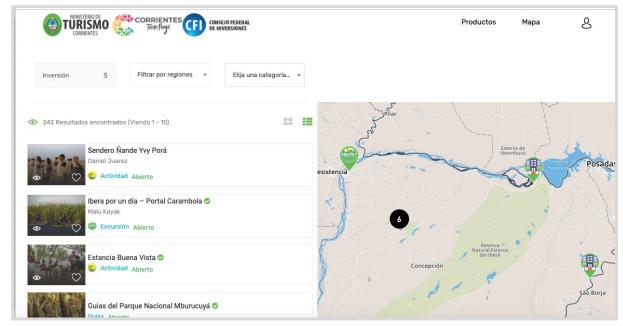


Figura 14: Búsqueda de productos

Fuente: http://corrientes.lanthemes.com/

Cada vista de producto cuenta con el nombre del Prestador y el título del producto en mención. Detalle y todos los valores cargados por los prestadores en la base de datos detallada en la Tarea 4 del presente informe.

La versión digital del mencionado catálogo está en una página web HTML 5 responsive, Bootstrap y CSS 3 con base de datos MySql.



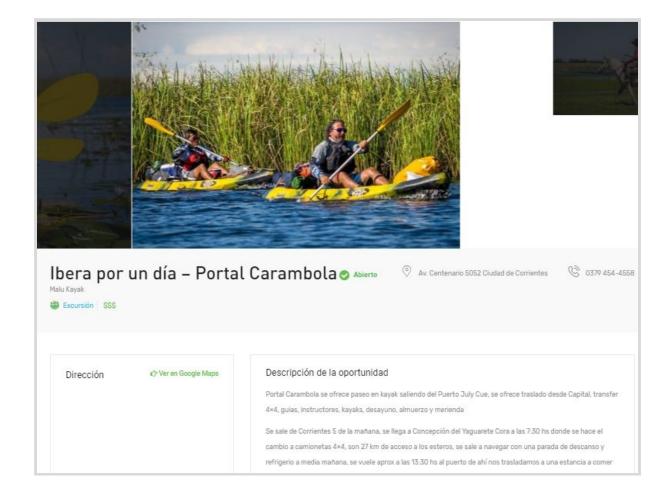


Figura 15: Visualización de producto - Parte I.

Fuente: http://corrientes.lanthemes.com/



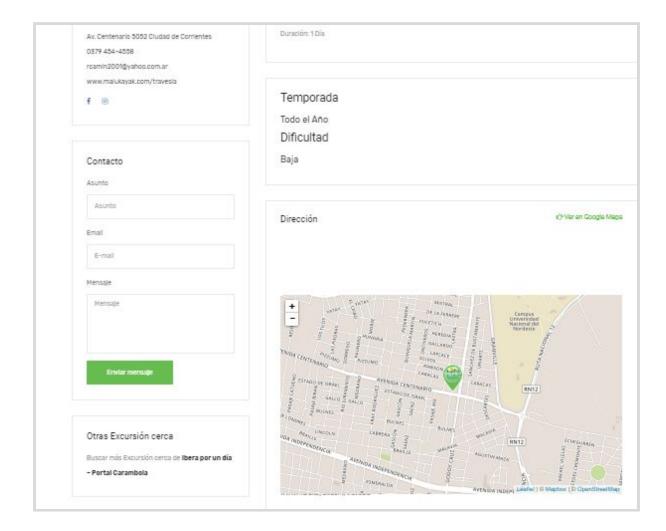


Figura 16: Visualización de producto - Parte II.

Fuente: http://corrientes.lanthemes.com/

Se adjunta en soporte digital en Carpeta "Anexos": 6.13 Instructivo web productos - Tarea 4.

con la descripción del sitio y las funcionalidades (front y back end).

5.2 Formato Digital

Se trata de un documento PDF y su formato editable con fines de impresión gráfica. Las secciones del mismo son:

- Portada
- Índice



- Datos útiles sobre Corrientes: Conectividad aérea y terrestre.
- ¿Qué puedo hacer en Corrientes?: cantidad de categorías detectadas
- Productos de Corrientes: cantidad de productos por categoría.
- Carátulas de destinos: previas a las fichas de producto. Estas carátulas contienen una introducción de cantidad de productos por categoría detectadas en cada destino.
- Fichas de producto: comprende los siguientes campos (exceptuando la inclusión de videos y precio):
 - → Título del producto turístico
 - → Descripción del servicio ofrecido y del itinerario (en el caso de productos que presentan un cronograma de actividades)
 - → Atractivos que incluye (sección "Incluye"): servicios, destinos y/o actividades que presenta el producto turístico.
 - → Nivel de Dificultad: categorizados en: Baja Baja/Media Media Media/Alta Alta.
 - → Temporada que presta el servicio: aplica a Todo el Año, Temporada Alta Temporada Baja de la actividad o fechas puntuales
 - → Logo y contacto de la empresa que brinda el servicio: logo (en el caso de prestadores y agencias que posean ello), nombre de la empresa y/o prestador, sitio web, email y teléfono de contacto.
 - → Imágenes del producto: se ha contemplado una imagen destacada por producto.
 - → Mapa para localizar donde se presta el servicio: cada producto se encuentra categorizado dentro el destino correspondiente.
 - → Duración: en valor y unidad (horas, días, noches)





Figura 17: Ficha de Producto.

Fuente: Catálogo Digital de Productos Turísticos (en soporte digital)

Se adjunta Catálogo en soporte digital en carpeta "Catálogo Digital de productos turísticos - Tarea 4". Dentro de esta carpeta se encuentra el archivo PDF del Catálogo y, su versión editable en Indesign. Se optó por esta alternativa en lugar de la utilización del formato Illustrator por ser una herramienta que brinda mayor facilidad para su acceso y, por ser una de las herramientas más utilizadas por la persona encargada del diseño del Catálogo.



6. ANEXOS

6.1 Bases de Datos

Para el desarrollo del inventario y catálogo de turismo de la Provincia de Corrientes se desarrollaron dos bases, una con el perfil comercial de prestadores y agencias, y otra con el listado de productos por prestador/agencia.

Los formatos se encuentran adjuntos en soporte digital, Carpeta "Anexos": 6.1 Base de datos - "Perfil Comercial" y "Listado de Productos".

Campos de base de datos de perfil comercial

- Nombre de la Empresa
- Nombre del Responsable
- Apellido del Responsable
- E-mail de la Agencia
- E-mail del Responsable Comercial
- Teléfono de la Agencia
- Teléfono del Responsable Comercial
- Localidad
- Sitio web
- Logo de la Empresa

Campos de base de datos de listado de productos

- Título del producto
- Tipo de producto
- Partida
- Destino
- Alojamiento
- Pasajes aéreos
- Transporte
- Traslados
- Régimen de comidas
- Descripción de servicios ofrecidos
- Atractivos que incluye
- Nivel de Dificultad
- Temporada que presta el servicio



- Duración (Cantidad)
- Duración (Unidad)
- Descripción del itinerario
- Link Imágenes
- Punto de Interés 1
- Punto de Interés 2
- Punto de Interés 3

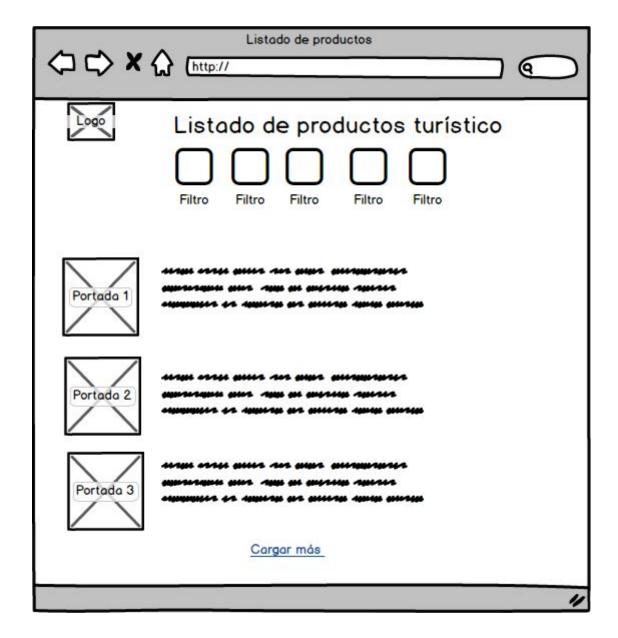
6.2 Formato Multimedial - Wireframe - Tarea 4

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.2 Formato Digital - Wireframe - Tarea 4")

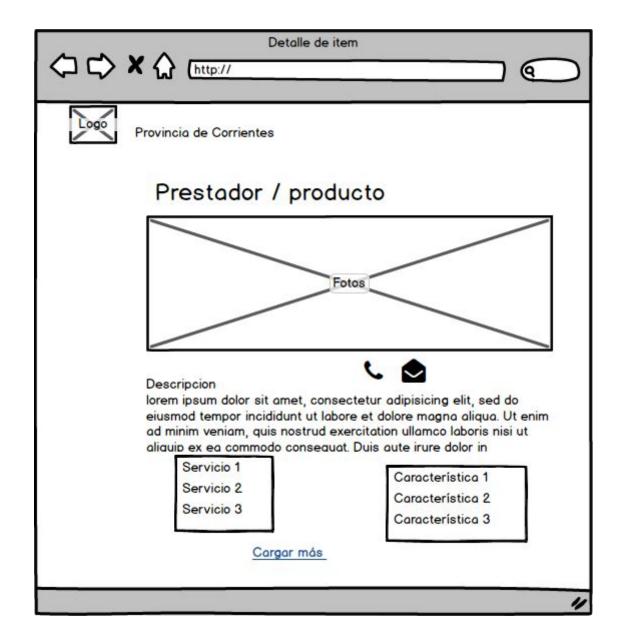
A continuación se encuentran los wireframes de las pantallas del formato multimedial del Catálogo de Productos, diseñadas por el equipo experto en desarrollo de interfaces digitales, durante los meses previos a la realización de la Tarea 4:











Durante los meses de diciembre, enero, febrero y marzo, se llevó adelante el diseño gráfico y el desarrollo web de estos wireframes. Se trabajó en el mes de Abril en las cargas de contenido para su presentación en el Encuentro Provincial.

115



6.3 Listado de Participantes de los Talleres de Capacitación - Tarea 2

6.3.1 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Corrientes Capital - Tarea 2

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.3.1 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Corrientes Capital - Tarea 2")

	Apellido y Nombre	Documento	Organismo -Empresa	Correo electrónico
1	Aguirre Luana	29.518.026	Tres Mares Tour	tresmares@fibertel.com.ar
2	Acosta Pedro	32.301.768	Guazú Travel	reservas@esterosdelibera, com,ar
3	Aguilera Maria	27.189.128	La Rozada Suite	info@larozada.com
4	Armua Alejandro	20.984.182	Vete de Viaje	ventas1@vetedeviaje.com, ar
5	Cáceres María Eugenia	29.089.928	Dejavu Viajes	mariaeugeniacaceres@hot mail.com
6	Centurión Carlos	23.865.266	Guazú Travel	reservas@esterosdelibera, com,ar
7	Cosimi Wilda	18.295.492	independiente	willycosimi@hotmail.com
8	Duran Jose Alberto	18.646.914	Guia de Turismo	jadtectur@hotmail.com
9	Ferrari Silvina	33.509.720	Secretaria de Turismo	ferrarisilvina25@yahoo.co m.ar
10	Fernandez Mauro	30.864.569	Siete Puntas	sietepuntasviajes@gmail.c om
11	Galiano Ana Maria	22.640.030	Guia de Turismo	anigaliano@gmail.com
12	Guzman Javier	27.942.074	Alize Viajes	info@alize.com.ar
13	Iconicoff Miriam	18.592.280	Cocina Chef	miconicoff@hotmail.com
14	Kirch Pablo	33.151.810	Guia de Turismo	pablokirch @gmail.com



15	Kuznick Lucila	34.702.311	Correntur Viajes	reservas @correntur.tur.ar
	La Rosa			eduardolarosa84@gmail.co
16	Eduardo	22.319.783	Guia de Turismo	m
				horacio
17	Leconte Horacio	5.662.135	Quo Vadis	@turismoquovadis.com
	Maidana			
18	Alejandro	24.257.753	Paseo las 7 Puntas	alehureca@hotmail.com
			Previsora del	turismo@previsoradelpara
19	Martinez Silvina	32.743.842	Paraná	<u>na.com</u>
	Migliorini			
20	Yolanda		AEGHA	aehgactes@gmail.com
21	Prieto Federico	37.327.475	Vestigium	javier_slavin@hotmail.com
	Silva Leandro			
24	Nahuel	35.786.752	Estudiante y Guía	leandrounne.@gmail.com
	Sosa Urquiza			
25	Marcos	37.800.615	Alize Viajes	info@alize.com.ar
				reservas@esterosdelibera,
26	Zanone Mateo	41.379.328	Guazú Viajes	<u>com,ar</u>

6.3.2 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Bella Vista - Tarea 2

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.3.2 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Bella Vista - Tarea 2")

	Apellido y Nombre	Organismo -Empresa	Correo electrónico
1	Hugo Vicentín	Guia de Pesca	hugovicentin@hotmail.com
2	Moncho Silva	Guia de Pesca	monchosilva@homail.com
3	Cantalo P. Leonardo	Guia de Pesca Turismo	
4	Mendoza Marila	Recepcionista	info@turismobellavista.com.ar



		Cabañas	
5	Arce Silvia Beatriz	Municipalidad	silvia_coreta@hotmail.com
6	Rojas Elba Mirta	Municipalidad	elbarojas31@gmail.com
7	Romero Luis Oscar	Guia de Sitio	luisromero3067@gmail.com
8	Repetto Agustín	Estudiante de Turismo-Guia	agustin.repetto2@hotmail.com
9	Rinessi Elena Rosa	Docente y estudiante de Turismo	geeroonimoo2010@gmail.com
10	Caceres Jesica Yamila	Turismo Municipalidad de Lavalle	jesi_yami_@gmail.com
11	Saettone Yanina Leonor	Turismo Municipalidad de Lavalle	yaninasaettone@gmail.com
12	Farmar Sabrina	Fotógrafa	farmarst@gmail.com
13	Benitez Emmanuel	Spetour Turismo	emmanuel_benitez@hotmail.co m
14	Fernandez Fernando	Municipio	fernandofernandezctes@gmail.c om
15	Romero Nolberto Hernán	Municipalidad B.V.	
16	Mercante Gabriela	Guia Turistica	
17	Pintos Gastón	Gerencia de Viajes	
18	Ruiz Diaz Pablo	Municipio	
19	Maria Alejandra Gomez	Municipalidad Museo Histórico	alejandragomez18@hotmail.co <u>m</u>
20	Maria Griselda romero	Turismo Delegación Bella vista	maria-griselda@hotmail.com
21	Freddy Feyen	Director de Turismo	feyenfreddi@gmail.com



		Dirección de Turismo	
22	Scofano Brenda	Municipalidad de B.V	hacafana@amail.com
22	Scolatio Dieliua	D.V	<u>bscofano@gmail.com</u>
	Maria Laurentina	Estudiante de	
23	Pannunzio	Turismo-Guia	laurenpannunzio@gmail.com
	Antonela	Estudiante de	
24	Centurión	Turismo-Guia	antonelacenturion@gmail.com
	Patricia Alejandra	Estudiante de	
25	Canteros	Turismo-Guia	patorock_r@hotmail.com
		Guia de Toropí-	areco_natalio_talo@hotmail.co
26	Natalio Saul Areco	Estudiante Turismo	<u>m</u>
		Estudiante de	
27	Ronald Segovia	Turismo-Guia	Segoviaronald333@gmail.com
28	Graciela Gallardi	Docente Artesana	gracielagallardi@yahoo.com.ar
29	Daniel Chatelet	Ingeniero	danielchatelet@yahoo.com.ar

6.3.3 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Saladas - Tarea 2

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.3.3 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Saladas - Tarea 2")

	Apellido y Nombre	Organismo -Empresa	Correo electrónico
			Lumenfotografia.nea@gma
1	Marcos Pontillo	Lumen Fotografía	<u>il.com</u>
2	Diego Airaldi	Casa de Pesca "El dorado"	
3	Marina Usandizaga	Municipalidad "Saladas"	



		Municipalidad	Sergioparedrenovador@g
4	Sergio Pared	"Saladas"	<u>mail.com</u>
		Municipalidad	oliverasilvina85@gmail.co
5	Silvina Olivera	"Saladas"	<u>m</u>
		Municipalidad	veraalbertooscar@gmail.co
6	Alberto Vera	"Saladas"	<u>m</u>
	Raquel A		
7	Fernández	Hotel "El faro"	
		Municipalidad	
8	Alejandro Samayo	"Saladas"	
		Municipalidad	
9	Maria Elena Guillen	"Saladas"	adalisolg@hotmail.com
		Municipalidad	luisavaloscompos06@hotm
10	Luis Avalos	"Saladas"	<u>ail.com*</u>
		Municipalidad	anitaflores333@hotmail.co
11	Ana Itatí Flores	"Saladas"	<u>m</u>
			pablito_aramirez@hotmail.
12	Pablo Ramirez	Bueno Pizza	com
13	Sergio Insaurralde	Gastronómicos	sergio_insa@hotmail.com
		Guia de Sitio Iberá	
14	Nelson Fernández	Porá	checheko2015@gmail.com
		Guia de Sitio Iberá	Barrientosedel02@gmail.co
15	Elida Barrientos	Porá	<u>m</u>
	Debora Ayelen	Guia de Sitio Iberá	deboramercado83@gmail.c
16	Mercado	Porá	<u>om</u>
		Subsecretario de	marcosflorentin@gmail.co
17	Marcos A Florentin	cultura	<u>m</u>
		Subsecretario de	emiliocardozo_14@hotmail
18	Emilio Cardozo	comunicación	<u>.com</u>
19	Melina Acevedo	Hotel "Florida"	hotelflorida@yahoo.com.ar
		Docente Nivel	anamaria_moreyra@hotma
20	Ana María Moreyra	Primario	<u>il.com</u>



			rodolfoalterats@arnet.com.
21	Rodolfo Alterats	Intendente Saladas	<u>ar</u>
22	Raquel Martinez	Agrobia S.R.L	r_antunez78@hotmail.com
23	Damian A Antunez	Agrobia S.R.L	agrobia@arnet.com.ar
			<u>diegojavieravalosmontero</u>
24	Diego Avalos	Pereys NEA	@gmail.com
		Pucciarello Diseño	rikydg.mus@gmail.com
25	Ricardo Pucciarello	Gráfico	

6.3.4 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Loreto - Tarea 2

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.3.4 Listado de Participantes del Taller de Capacitación de Loreto - Tarea 2")

Empresa/Organismo/Profe sión	Nombre	Apellido	Email	Teléfono
CENTRO DE INFORMES DE LORETO	Diego Fernando	Ojeda	ojedafernando21@gmail.com	3794-8080 76
HOSPEDAJE CUARAHY	Rita	Paez Zapini	ritapaezsapini@yahoo.com.ar	03781-497 055
GUIA DE SITIO LOCAL	Diego	Ruideaz		3781 498531
GUIA DE SITIO LOCAL	Francisca	Aguirre		3782 524379
GUIA DE SITIO LOCAL	Mariela	Rodrigue z		3781 400190
GUIA DE SITIO LOCAL	Ramón	Román	roman_ari@hotmail.com	11341769 61
GUIA DE SITIO LOCAL	Carlos Victor	Miranda	carlitosmiranda22@gmail.com	3794 524933
GUIA DE SITIO LOCAL	Nélida del	Escalante		3781



	Carmen			408515
GUIA DE SITIO LOCAL	Andrea	Rios	andreariosangela@gmail.com	
GUIA DE SITIO LOCAL	Tatiana	Lovera	tatiana_8788@hotmail.com	3794 663562
GUIA DE SITIO LOCAL	Gladys Odila	Gonzalez	gladysodila90@gmail.com	3781 400244
GUIA DE SITIO LOCAL	Grisel	Miranda	mirandagrisel@live.com	3794 409722
EMPRENDIMIENTOS VARIOS	Josefina	Cantero	josefinacanter71@gmail.com	3794 825677
CABALGATAS	Dario	Gaurepy	darioguarepy@yahoo.com.ar	3794 276183
CENTRAL DE INFORMES DE SAN MIGUEL	Romina	Ponce de León	poncedeleonro@gmail.com	03781 609627
ESTUDIANTE	Maricel	Arriola	15mariselarriola@gmail.com	3781 490600
DIRECCION OFICINA DE TURISMO DE SAN MIGUEL	Sebastián	Gonella	turismo-sanmiguel@hotmail.com	37946635 62
IBERÁ KAYAK	Yesica	Gómez	gomeznatalia.y@gmail.com	3794 636366
DULCES	Alejandrin a	Cardozo		3794 936131
HOSPEDAJE IBERÁ	Gustavo	Meineri	gustavo_meineri@hotmail.com.ar	03782 483022
BAR EL PATIO, FOOD & DRINKS y YUERA BIKE	Gabriela	Gauna	gabriela_gauna@outlook.com	3794-2991 71
KOE MIMBÍ, PANADERÍA Y CASA DE TÉ	Juanita	Quintero s	koemimbiecoturismo@gmail.com	3781-4112 45
COOPERATIVA YASI-BERÁ	Wilda	Ramirez	cooperativayasibera@gmail.com	37946045 20
ASOCIACION PRESTADORES TURÍSTICOS MAITEI LORETO	Gladys	Alvarez	maitei.loreto@gmail.com	3781 491705
Asociación Civil Casa del Artesano	Nelson	Aguirre	nelsonaguirresm@hotmail.com.ar	03794 023726



6.4 Relevamiento Digital - Productos Corrientes vs Productos Otros Destinos - Tarea 1

(En soporte digital, en Carpeta "Anexos": "Anexo 6.4 Relevamiento Digital - Productos Corrientes vs. Productos Otros Destinos - Tarea 1")

Comparativo Redes Sociales

Provincia	Facebook Nov 2018	Facebook Mar 2019
Corrientes	56457	58918
Buenos Aires Provincia	580948	754837
Mendoza	259309	22600
Salta	493101	501013
Misiones	1201633	1209871
Córdoba	575472	70500
CABA	741765	754837

Comparativos Vuelos (Fechas: 5 de diciembre al 12 de diciembre)

	Vuelos Despegar	\$ precio más bajo	Vuelos Almund o	\$ precio más bajo	Avantrip Dic. 2018	\$ precio más bajo	Turism o City	\$ precio más bajo
		\$5.750,0		\$6.986,0		\$7.118,0		
AEP - Corrientes	2	0	200,00%	0	2	0	4	\$6.902
		\$2.285,0		\$2.957,0		\$3.172,0		
AEP - Mendoza	71	0	20	0	18	0	180	\$2.897
AEP - Puerto		\$4.403,0	2000,00	\$5.442,0		\$5.812,0		
Iguazú	112	0	%	0	8	0	180	\$4.592
		\$3.450,0		\$4.514,0		\$4.666,0		
AEP - Salta	105	0	20	0	12	0	180	\$3.673
		\$1.968,0		\$2.578,0		\$2.769,0		
AEP - Córdoba	32	0	30	0	17	0	180	\$2.425



		\$4.671,0		\$5.815,0		\$6.288,0			
AEP - Bariloche	63	0	40	0	34	0	180	\$4.686	

Hoteles del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación						
	Despegar	Precio más bajo	Almundo	Precio más bajo	Avantrip	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -			8	\$1.044	4	\$1.832
Hoteles Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Ita Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	2	\$29.098	0		0	
Hoteles Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	\$0,00	0		0	
Hoteles Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	76	\$602	100	\$448	40	\$1.047
Hoteles Buenos Aires Ciudad - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	300	\$450	100	\$613	78	\$745
Hoteles Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	82	\$527	100	\$498	17	\$694
Hoteles Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	63	\$491	40	\$622	1	\$6.459
Hoteles Córdoba Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	126	\$759	100	\$622	17	\$978



Hoteles San Carlos de						
Bariloche - del 5 al 12						
de dic 2 personas 1						
habitación	147	\$832	100	\$840	31	\$685

Paquetes del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación						
	Despegar	Precio más bajo	Almundo	Precio más bajo	Avantrip	Precio más bajo
Paquetes Corrientes Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	8	\$13.164,00	3	\$8.640	0	\$0,00
Paquetes Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Ita Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0		0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	1	\$108.677,0 0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	0	0	\$0,00	0	\$0,00
Paquetes Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	79	\$5.849,00	6	\$3.770,00	2	\$7.345,00
Paquetes Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	100	\$8.806,00	7	\$6.850,00	2	\$9.445,00
Paquetes Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	80	\$6.791,00	11	\$5.410,00	2	\$9.355,00
Paquetes Córdoba Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1	100	\$5.677,00	5	\$3.320,00	0	\$0,00



habitación						
Paquetes San Carlos						
de Bariloche - del 5 al						
12 de dic 2						
personas 1 habitación	100	\$10.212,00	9	\$7.140,00	0	\$0,00

Decultadas en Backing com del 5		
Resultados en Booking.com del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación		
	Total de resultados	Precio más bajo
Hoteles Corrientes Capital -	32	\$2.314
Hoteles Bella Vista - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	4	\$9.256
Hoteles Ita Ibaté - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	1	\$19.283
Hoteles Ituzaingó - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	11	\$8.558
Hoteles Saladas - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	0	
Hoteles Mendoza Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	275	\$1.311
Hoteles Buenos Aires Ciudad - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	888	\$1.157
Hoteles Puerto Iguazú - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	207	\$2.057
Hoteles Salta - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	272	\$3.085
Hoteles Córdoba Capital - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	381	\$3.240
Hoteles San Carlos de Bariloche - del 5 al 12 de dic 2 personas 1 habitación	393	\$3.857

Google Search



	Noviembre
"turismo en corrientes"	54800
"turismo en bariloche"	77700
"turismo en mendoza"	175000
"turismo en buenos aires"	1230000
"turismo en cordoba"	136000
"turismo en salta"	143000
"turismo en iguazu"	23800
"turismo en ushuaia"	94400
"corrientes turismo"	9780
"bariloche turismo"	18700
"viajar a salta"	44100
"turismo en corrientes"	54800
"esteros del ibera"	119000
"pesca en el parana"	17500
"qué hacer en corrientes"	42500
"vuelos a corrientes"	15300
"vuelos a bariloche"	65300
"vuelos a mendoza"	125000
"vuelos a buenos aires"	557000
"vuelos a cordoba" "vuelos a salta"	67300
"vuelos a saita	46000
"vuelos a ushuaia"	75900
"vuelos a mar del plata"	94700

6.5 Nota de Prórroga para Encuentro provincial - Tarea 3

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.5 Nota de Prórroga para Encuentro Provincial - Tarea 3")





Corrientes, 28 de marzo del 2019.

Ref: Solicitud de presentación informe final última semana de mayo.

"Propuesta para el Fortalecimiento Comercial del Turismo
en la Provincia de Corrientes"

Señor
Secretario General
Consejo Federal de Inversiones
Ing. Juan José CIACERA
S......D

Me dirijo a Ud., con el fin de informar que a solicitud de este Ministerio a la Consultora Ideas Mas Acción SRL, de realizar en Encuentro de Comercialización Turística el día 25 de abril del 2019, se extenderá por 30 días a posterior la presentación del informe final de dicha asistencia técnica.

La asistencia técnica es "Propuesta para el Fortalecimiento Comercial del Turismo en la Provincia de Corrientes", expediente N° 17312 0701, llevado adelante por Ideas Más Acción SRL, solicitado por el Ministerio de Turismo Provincial y financiado por el Consejo Federal de Inversiones CFI.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para saludarlo con respeto y consideración.



6.6 Nota de Justificación Relevamiento Santo Tomé - Tarea 2

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.6 Nota Justificación Relevamiento Santo Tomé -Tarea 2")





Corrientes, 9 de abril del 2019 Ref: Nota justificación relevamiento en Santo Tome Propuesta para el Fortalecimiento Comercial del Turismo Provincia de Corrientes Expediente N°17312 07 01

> Dr. CRISTIAN PIRIS MINISTRO DE TURISMO Provincia de Corrientes

Señor
Presidente
Consejo Federal de Inversiones
Ing. Juan José CIACERA
S......D

Por la presente me dirijo a Ud., con el fin de justificar que por cuestiones de fuerza mayor del vehículo que traslado al Equipo Consultor, no se ha podido realizar en la fecha prevista el relevamiento en la localidad de Santo Tome.

Se ha avanzado con el equipo técnico local con dicha actividad para cumplir con los objetivos propuestos en el TDR.

Sin otro particular hago propicia la oportunidad de saludarlo con respeto y consideración.



6.12 Asistentes Encuentro Provincial - Tarea 3

(En soporte digital, Carpeta "Anexos": "Anexo 6.12 Asistentes Encuentro Provincial - Tarea 3")

Empresa	Nombre	Apellido	Provincia	Localidad
Siete Puntas Viajes y Turismo	Alejandra	Ojeda	Corrientes	Corrientes
CNQ VIAJES	Luis	Escobar	Corrientes	Corrientes
COCINA CHEF	Miriam	Iconicoff	Corrientes	Corrientes
CORRENTUR VIAJES	Lucila	Kuznick	Corrientes	Corrientes
MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD				
DE CORRIENTES	Eduardo	La Rosa	Corrientes	Corrientes
VESTIGIUM VIAJES	Griselda	Krauchuk	Corrientes	Corrientes
VESTIGIUM VIAJES	Mauro	Fernandez	Corrientes	Corrientes
VESTIGIUM VIAJES	Roberto	Navas	Corrientes	Corrientes
EXPERIENCIA CORRIENTES	Pablo	Calo	Corrientes	Corrientes
PASEOS NÁUTICOS LAS SIETE	Alejandro			
PUNTAS	José	Maidana	Corrientes	Corrientes
GUAZÚ TRAVEL	Lorena		Corrientes	Corrientes
CHIPOTOUR	Amalia	Cipolini	Corrientes	Corrientes
CHIPOTOUR	Facundo	Ortiz	Corrientes	Corrientes
EXPERIENCIA IBERÁ	Jorge	Mazzochi	Corrientes	Corrientes
		Gomez		
DON SUITES HOTEL	Maria Lujan	Schmeda	Corrientes	Corrientes
DIRECCION DE TURISMO DE				
BELLA VISTA	Freddy	Feyen	Corrientes	Bella Vista
CABAÑAS BELLA VISTA	Marila	Mendoza	Corrientes	Bella Vista
DORADO FLY PESCA	Leonardo	Cantaluppi	Corrientes	Bella Vista
TOROPI TREKKING	Luis	Romero	Corrientes	Bella Vista



LAPACHALES ALOJAMIENTO				
RURAL	Graciela	Gallardi	Corrientes	Bella Vista
CITY BIKE TRAVEL	Agustin	Repetto	Corrientes	Bella Vista
MUNICIPALIDAD DE ITA IBATÉ	Mayra	Meza	Corrientes	Ita Ibaté
KOE ITU	Mariela	Pedelhez	Corrientes	Ituzaingó
CABAÑAS TIO LUCAS	RUBEN ALBERTO	RIVERO	Corrientes	Ituzaingó
TURISMO DIVERSIDAD	Alejandra	Boloqui	Corrientes	Ituzaingó
HOTEL FLORIDA	Melina	Acevedo	Corrientes	Saladas
MUNICIPALIDAD DE MONTE CASEROS	Daiana	Gossat	Corrientes	Monte Caseros
MUNICIPALIDAD DE MONTE CASEROS	Natalia	Percara	Corrientes	Monte Caseros
TERMAS MONTE CASEROS	Cinthya	Olivera	Corrientes	Monte Caseros
DIRECCION DE TURISMO DE SANTO TOMÉ	Mariel	Vargas	Corrientes	Santo Tomé
EL HORNITO - GASTRONOMIA	Pablo	Machaco	Corrientes	Santo Tomé
POSADA AGUAÍ LODGE	Camille		Corrientes	Santo Tomé
HOSTEL PIANOLA	Juan	Centeno	Corrientes	Santo Tomé
POSADA IBERÁ PORÁ	Elvio	Gutiérrez	Corrientes	Carlos Pellegrini
POSADA AGUAPÉ	Mateo	Zanone	Corrientes	Carlos Pellegrini
POSADA AGUAPÉ	Ivo	Zanone	Corrientes	Carlos Pellegrini
ASOCIACION DE GUIAS DE SITIO IBERÁ PORÁ	Maximiliano	Lescano	Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá



LOS AGUIRRES	Saúl	Aguirre	Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá
SABORES DE VANESA FARIÑA	Vanesa	Fariña	Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá
YACARU PORA	Reina	Sandoval	Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá
CENTRO DE INFORMES DE LORETO	Diego Fernando	Ojeda	Corrientes	Loreto
DELEGADA TURISMO PROVINCIAL EN LORETO y ASOCIACIÓN DE GUIAS DE LORETO	Gladys Odila	Gonzalez	Corrientes	Loreto
ASOCIACION CIVIL DE ARTESANOS	Nelson	Aguirre	Corrientes	San Miguel
CENTRAL DE INFORMES DE SAN MIGUEL	Romina	Ponce de León	Corrientes	San Miguel
IBERÁ KAYAK	Yesica	Gómez	Corrientes	Loreto
IBERÁ KAYAK	Zulma	Garcia	Corrientes	Loreto
ASOCIACION PRESTADORES				
TURISTICOS MAITEI LORETO	Gladys	Alvarez	Corrientes	Loreto
Asociación de Prestadores de turismo Yaguareté Rogá	Sebastián	Gonella	Corrientes	San Miguel
Victoriano Apart	Carlos Víctor	Miranda	Corrientes	San Miguel
HOTEL DEL RIO	Alejandro	Toledo	Corrientes	La Cruz
HOTEL DEL RIO	Hebe Noemi	Disco	Corrientes	La Cruz
TRES MARES	Luana	Aguirre	Corrientes	Corrientes
LARA VIAJES	Wilda	Cosimi	Corrientes	Corrientes
QTURISMO	Maria Leandra	Avalos	Corrientes	Corrientes
		1		



GUIA DE SITIO LOCAL - Tatiana				
Lovera	Tatiana	Lovera	Corrientes	San Miguel
CABAÑAS ETERNO VERGEL	Yanina	Coen	Corrientes	Mburucuyá
COMPLEJO CABAÑAS				
MBURUCUYÁ POTY	Miryan Evelyn	Dolce	Corrientes	Mburucuyá
CABAÑA BARRANCAS DE BRENN	Ernesto	Brenn	Corrientes	Ita Ibaté
Vete de viaje	Alejandro	Armua	Corrientes	Corrientes
HOTEL IDENTIDAD	Fernando	Ortellado	Corrientes	Corrientes
	Rosa			
Guia del Parque Nacional Mburucuyá		Gómez	Corrientes	Mburucuyá
				Concepción del Yaguareté
MALU KAYAK	Ricardo	Caminos	Corrientes	Corá
CATEDRAL HOSTEL CORRIENTES	Humberto	Aguirre	Corrientes	Corrientes
ALIZE VIAJES Y TURISMO	Lucas	Romero	Corrientes	Corrientes
Furiasse viajes y turismo	Alfonsina	Benasulin	Corrientes	Corrientes
QUO VADIS SRL	Horacio	Leconte	Corrientes	Corrientes
CABAÑAS QUEBRACHO BLANCO	Norma	Zurita	Corrientes	Paso de la Patria
DIRECCION OFICINA DE TURISMO DE GOBERNADOR VIRASORO	Rosalia	Verdún	Corrientes	Gobierno Virasoro
	rtodana	l ordan		7.1.400.10
CABAÑAS LAS AZALEAS	Alfredo	Muller	Corrientes	Gobierno Virasoro
	Eduardo			
HOTEL JENSEN	Simón	Martinez	Corrientes	Caa Cati
TODO.ALGARROBO	Nestor Antonio	Verón	Corrientes	Mburucuyá
Guia de Turismo	Hilda Carolina	Romero	Corrientes	Mburucuyá



				Concepción del Yaguareté
Guia Parque	Gustavo	Overajo	Corrientes	Corá
Posada del muelle / pesca y caza	José María	Delfabro	Corrientes	Esquina
Cabañas Santa Rita	Alicia Estela	Androkaites	Corrientes	Santa Ana
Arquitecta	Melanie	Chatelet	Corrientes	Corrientes
POSADA MBOY CUA	Nora Adriana	Вее	Corrientes	San Miguel
POSADA MBOY CUA	Juan	Dejesus	Corrientes	San Miguel
Ibera Explorer	Leslie	Cook	Corrientes	Carlos Pellegrini
DIRECCION OFICINA DE TURISMO DE CONCEPCION	Débora	Mercado	Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá
ALOJAMIENTO	Diana	Centurión	Corrientes	Loreto
SONIDO Y ANIMACIÓN	Marcos	ORTIZ	Corrientes	Loreto
FUNDACION FLORA Y FAUNA	Hada	Irastorza	Corrientes	Corrientes
GUIA DE SITIO	Pablo	Kirsch	Corrientes	Corrientes
CEDEMEC - TEXTIL TEJIDO CON BASTIDOR	Alicia	Pintos	Corrientes	Corrientes
CEDEMEC - KUARAHY BERA MUÑECOS CORRENTINOS	Laura	Vallejos	Corrientes	Corrientes
CEDEMEC - ARTESANIAS OJOTAS BORDADAS	Marta	Jara	Corrientes	Corrientes
CEDEMEC -LOS DOS CHEF GASTRONOMIA	Olga	Ibarra	Corrientes	Corrientes
CEDEMEC -CAMARA DE MUJERES EMPRESARIAS	Alejandra	Henain	Corrientes	Corrientes
LA ALONDRA I			Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá



				Concepción del Yaguareté
EL CHEF	Elías	Acosta	Corrientes	Corá
MINERVA EVT	Alicia	Morales	Corrientes	Corrientes
MINERVA EVT	Carmen	Diaz	Corrientes	Corrientes
KAYAKS SALVAJE IBERA EXCURSIONES			Corrientes	Concepción del Yaguareté Corá
DISEÑADOR COMUNICADOR	Ricardo	Pucciarello	Corrientes	Saladas
Snorkel	Gustavo	Slanac	Corrientes	Chavarria
Director de Turismo	Adrián	Pérez Slanac	Corrientes	Chavarria
CABAÑAS TIA CARMEN	Carmen		Corrientes	Santa Ana
Koe itu	Victoria Luz	Torre	Corrientes	Ituzaingó
VAGABUNDOS	Gladys	Rulfo	Chaco	Resistencia
GALFRAS TUR	Adriana	Abras	Chaco	Resistencia
GALFRAS TUR	Marilina	Galfrascoli	Chaco	Resistencia
CHELA IBAÑEZ	Hernán	Ibañez	Chaco	Resistencia
	Noemi	riquelme	Villa Olivera	Corrientes
	Maidana	Margarita	Villa Olivera	Corrientes
	Fontana	Sandra	Fontan	Chaco
	Victoria	Torres		
	Priscila	Gonzalez		
Gastronomica	Laura	Pereira	Virasoro	Corrientes
	Omar	Vera		
Cabalgatas	Mauricio	Martinez	Capital	Corrientes
Turismo	Alicia	Rodriguez	Capital	Corrientes
	Maite	Ortiz	Loreto	



	Ana	Galeano		
	Daiana	Cabrera	Mercedes	
	Sebastián	Castro		
		Vallioni		
Guia	Nicolás	Camino	Carlos Pellegrini	
Ibera Pora Guia de sitio Interprete	Christian	Mendieta	Carlos Pellegrini	
Actividades Deportivas	Jerónimo	Gonzalez	Laguna Brava	Corrientes
Actividades Deportivas	Matias	De la Vega	Laguna Brava	Corrientes
Profesional de Turisma	Josefina	Carey		Corrientes
		Villalba		
Turismo	Stella Mari	Belluchi		Corrientes
Turismo Portal Galarza	María	Zalazar	Portal Galarza	Corrientes
Periodista	Cristian	Ramirez	Capital	Corrientes
Vestigio	Laura Lorena	Luque	Capital	Corrientes
Alojamiento	Antonela	Giacomel	Capital	Corrientes
Consultor	Luciano	Pellegrini	Capital	Corrientes
Alojamiento	Esteban	Martinez	Caa Cati	Corrientes
Guazu Viajes	Lorena	Amarilla	Capital	Corrientes
ACMECOR- ASOCIACION DE				
MUJERES	Miriam	OtaKa	Capital	Corrientes
Municipalidad San Roque	Mario	Monzon	San Roque	Corrientes
Municipalidad San Roque	Graciela	Puyol	San Roque	Corrientes
UTHGRA	Maria Lorena	Vera Billagra		Corrientes
UTHGRA	Pablo Ariel	Montenegro		Corrientes
UTHGRA	Andrea	Villalba		Corrientes



Ministerio de Turismo	Maria	Espinoza	Capital	Corrientes
Ministerio de Turismo	Maria	Encna	Capital	Corrientes
Ministerio de Turismo	Lucia	Rolon	Capital	Corrientes
Municipalidad de Corrientes	Carlos	Farizano	Capital	Corrientes
Promocion de Viajes estudiantil	Lucia	Barrios Quijano	Resistencia	Chaco
Estudiante de Turismo	Carlos	Gamboa	Capital	Corrientes
Municipalidad de San Cosme	Armando	Romero	San Cosme	Corrientes
Transfer	Jose Maria	Echen	Concepción	Corrientes
Transfer	Matias	Espinosa	Concepción	Corrientes
Estudiante de Turismo	Marianela	Pereyra Coutinho	Capital	Corrientes
Univerdad Nacional del Nordeste	Adolfo	Di Lorenzo	Capital	Corrientes
Directora de Turismo	Paola	Medina	Empedrado	Corrientes
Cabalgatas	Julieta	Martinez	Capital	Corrientes
Resgistro y fiscalizacion	Analia	Arnold	Concepción	Corrientes
Recepcionista curso	Rocio	Duarte	Concepción	Corrientes
Recepcionista curso	Jorge	Zarza	Concepción	Corrientes
Recepcionista curso	Maria Ofelia	Aguirre	Concepción	Corrientes
Guia de Turismo	Natalia	Tenaglia	Ituzaingo	Corrientes
Guia de Turismo	Miriam	Veron	Ituzaingo	Corrientes
Municipalidad de Paso de la Patria	Edgar	Aljcarz Bustinduy	Paso de la Patria	Corrientes
Municipalidad Paso de la Patria area turismo	Lorena Irma	Lovison	Paso de la Patria	Corrientes
Municipalidad Paso de la Patria	Carlos	Gonzalez	Paso de la Patria	Corrientes



Guia de sitio	Diego	Ruidiaz	Loreto	Corrientes
Turismo	Maria Eugenia	Sabaren	Capital	Corrientes
Estudiante de Turismo	Solange	Caseres	Capital	Corrientes
Secretario de Turismo	Miguel	Sanchez	Isla Apipe	Corrientes