



UNIVERSIDAD  
**FASTA**

FACULTAD DE  
**CIENCIAS  
ECONÓMICAS**



## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICENCIATURA EN TURISMO

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

*Parque Acuático Integral CAÁGUAZÚ.*

NOS DIVERTIMOS, TODOS.

ESTUDIANTE: CARLOS MEO

TUTORA: LIC. CAROLINA BEBER

AÑO: 2023

*A Dios, por la misericordia.*

*A mi familia, inicio y final de todo el esfuerzo.*

*Por el tiempo, por la fuerza, por el amor.*

*A mis maestros, por la sabiduría que*

*han demostrado en su paciencia.*

Agosto 2023.

## **ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	5
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	7
<i>BREVE RESUMEN DE LA IDEA DEL PROYECTO.</i>	7
<i>ACCESIBILIDAD Y DISEÑO UNIVERSAL.</i>	8
<i>DESTINO TURÍSTICO</i>	9
<i>CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO</i>	10
<i>REFERENCIA HISTÓRICA:</i>	10
<i>ESTADO DE DESARROLLO DEL TURISMO LOCAL</i>	10
<i>PLANTA TURÍSTICA. – EQUIPAMIENTO.</i>	10
<i>ATRATIVOS TURÍSTICOS</i>	11
<i>INSTALACIONES.</i>	11
<i>INFRAESTRUCTURA</i>	12
<i>SUPERESTRUCTURA</i>	12
<b>ANÁLISIS FODA.</b>	13
<i>ANÁLISIS INTERNO DEL DESTINO</i>	13
<i>ANÁLISIS EXTERNO DEL DESTINO</i>	13
<i>CONCLUSIONES SOBRE EL DESTINO.</i>	13
<i>ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO</i>	14
<i>ANÁLISIS EXTERNO DEL PROYECTO</i>	15
<i>CONCLUSIONES SOBRE EL PROYECTO.</i>	15
<i>LA PROPUESTA SUPERADORA</i>	16
<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO</b>	18
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	18
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	18
<b>ESTRATEGIAS DE MARKETING.</b>	20
<i>PERFIL DEL MERCADO.</i>	20
<i>MERCADOS META</i>	20
<i>SEGMENTACIÓN</i>	20
<i>CÁLCULO DE LA DEMANDA.</i>	22
<i>POSICIONAMIENTO</i>	24
<i>MARCA TURÍSTICA</i>	25
<i>ESLOGAN</i>	26
<b>DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO.</b>	27
<i>LA GESTIÓN PÚBLICO-PRIVADA</i>	27
<i>TEMÁTICA, NARRATIVA Y PLANIFICACIÓN ESCALAR.</i>	28
<i>INGENIERÍA &amp; DISEÑO</i>	29
<i>EL PARQUE</i>	31
<i>VISIÓN INTEGRAL</i>	31
<i>ZONIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN.</i>	31
<i>ZONAS Y ATRACTIVOS</i>	32
	4

ACCESO.	32
ZONA UNO – SECTOR FAMILIA	33
ZONA DOS – SECTOR INFANTIL	36
ZONA TRES – JÓVENES & ADULTOS	38
ZONA CUATRO – JÓVENES & ADULTOS	41
ZONA CINCO – REST & FOOD	43
ZONA SEIS – WHIRLZONE	45
OTROS SERVICIOS	46
NIVELES DE PRESTACIÓN	47
TEMAS RELEVANTES DEL PRODUCTO.	49
DEL CONCEPTO DEL PARQUE	49
CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	51
CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES.	51
<b>POLÍTICA DE PRECIOS.</b>	<b>51</b>
ESTRUCTURA DE COSTOS	51
FIJACIÓN DE PRECIOS	52
ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	54
<b>POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.</b>	<b>55</b>
COMUNICACIÓN EXTERNA	55
COMUNICACIÓN INTERNA	59
<b>POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN.</b>	<b>60</b>
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	61
RELACIÓN CON LOS CLIENTES	62
<b>CALIDAD TURÍSTICA.</b>	<b>63</b>
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>65</b>
EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO	65
CONCLUSIÓN FINAL	66
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>70</b>

## **RESUMEN (abstract)**

El Parque Acuático Integral CAÁGUAZÚ (en idioma guaraní monte grande) es un proyecto turístico que supone el diseño, implementación y comercialización de un parque integral (temático, acuático y recreativo) conjugado con un conjunto de servicios múltiples de diversión, alojamiento y gastronomía, todo bajo la premisa arquitectónica del diseño universal, ubicado en la ciudad de Esquina, Corrientes.

El objetivo del parque es ofrecer un atractivo turístico con múltiples actividades que posicione al destino como opción familiar con una mayor afluencia de turistas a la localidad y la opción integral de poder realizar todas las actividades en un solo lugar.

El predio total del parque comprende 12 hectáreas ubicadas a unos 12 km al sur de la localidad de Esquina y a orillas del Río Corriente. Lo que se propone al consumidor es un lugar de gran extensión (el tamaño total del parque es de 120.000 metros cuadrados) diseñado para ofrecerle una experiencia única que conjuga recreación, espacios verdes, historia, tradición, múltiples actividades, navegación y juegos acuáticos en un solo lugar, bajo la premisa de la accesibilidad y el turismo accesible.

Este Parque Acuático Integral, debido a sus características de diseño universal sería el primero de su clase en toda Latinoamérica.

### **Palabras clave:**

Parque acuático

Diseño universal

Turismo accesible

Parque temático

Esquina Corrientes

## **INTRODUCCIÓN**

Existen destinos en los cuales, la oferta turística es deficiente en cuanto a la cantidad de opciones que se pueden desarrollar más allá del atractivo principal de ésta, generando, frecuentemente, un único o pocos productos (oferta limitada), alrededor de los cuales, se organiza toda la oferta de la localidad receptiva. Uno de estos casos se da en la ciudad de Esquina, en el suroeste de la provincia de Corrientes, en la que la pesca deportiva es el atractivo por excelencia de la comunidad, aunque también el carnaval y el producto sol y playa, en la estación de verano generan turismo receptivo masivo. Casi todos los operadores turísticos comercializan estos productos, y generalmente la demanda mayoritaria la constituyen pescadores que visitan la localidad en pequeños grupos, o contingentes provenientes sobre todo de Buenos Aires y de países limítrofes, que aprovechan el alojamiento en cabañas con habitaciones compartidas con el único propósito de pernoctar o pasar la noche, ya que su objetivo principal es la pesca. Si bien existe un turismo de estancias, de alto nivel, y está bien desarrollado, constituye una pequeña parte de la demanda global por el reducido número y la exclusividad de sus clientes.

En este contexto, se puede suponer que habría un potencial indiscutible de que, si existieran otros atractivos disponibles, el pescador, que ya conoce y disfruta de la naturaleza del destino, pudiera pensar en la localidad como un lugar vacacional en donde los miembros de la familia podrían recrearse mientras él goza de su pasión por la pesca.

También se da, y es un dato relevante para este proyecto, que, en los últimos años, una de las áreas de mayor crecimiento en el ámbito de los servicios turísticos es la relacionada con la accesibilidad o turismo accesible. Si se toma este concepto, una clásica definición señala que es "...aquel que puede realizar cualquier persona con independencia de su edad o que padezca alguna discapacidad o haya sufrido algún accidente o enfermedad" (OMT, 2014) En los últimos veinte años, la oferta de turismo accesible creció significativamente en el país, (López, 2020) en datos de la Red de Turismo Accesible (RTA) de Argentina. Sin embargo, no basta con tener alojamientos accesibles, es necesario brindar servicios turísticos accesibles. Una persona con discapacidad elige un destino turístico por sus atractivos y por ello tiene el derecho a recorrerlo y disfrutarlo plenamente.

Tal como se afirma (OMT, 2014) ...Hoy en día, el sector turístico reconoce que las personas con discapacidad tienen los mismos derechos a las oportunidades y servicios turísticos: viajes independientes, instalaciones accesibles, personal con formación adecuada, información fiable y un marketing inclusivo. Dado que la demanda de turismo accesible para todos va en aumento, hoy se considera más como una oportunidad que como una obligación. Si el sector turístico quiere mantener y desarrollar la calidad, la sostenibilidad y la

competitividad, debería apoyar y desarrollar el turismo de acceso universal, ya que ofrece ventajas para todo el mundo. Si son más las personas que tienen la posibilidad de viajar, el sector turístico consigue más visitantes, temporadas más largas y nuevos ingresos. La sociedad en su conjunto se beneficia de las nuevas oportunidades de empleo, de los mayores ingresos fiscales y de un entorno accesible tanto para la población como para los visitantes.

Uniendo ambos factores, el crecimiento de la demanda de turismo accesible, manifestado en un sostenido crecimiento de la oferta, con la posibilidad de generar un mejor posicionamiento de la oferta del destino a través del desarrollo de nuevos atractivos, es que se piensa en diseñar, construir y comercializar un Parque Acuático Integral, bosquejado bajo el concepto accesible del diseño universal de manera tal que incluya una temática cultural y social, naturaleza, comodidades de alojamiento, servicios, áreas recreativas, playa, sol, vértigo de toboganes y deslizadores, deportes acuáticos y, por supuesto, la pesca deportiva.

Este proyecto, a la vez, conjuga una arquitectura y un trazado innovadores para la demanda y un plan operativo que garantice su sustentabilidad y sostenibilidad en relación con el medio ambiente natural de la zona.

## RESUMEN EJECUTIVO

### Breve resumen de la idea del proyecto.

El Parque Acuático Integral CAÁGUAZÚ (*en idioma guaraní monte grande*) es un proyecto que supone el diseño, implementación y comercialización de un complejo turístico que comprende un parque integral (temático, acuático y recreativo) conjugado con un conjunto de servicios múltiples de diversión, alojamiento y gastronomía, todo bajo la premisa arquitectónica del diseño universal, ubicado en la ciudad de Esquina, al suroeste de la provincia de Corrientes.

El objetivo del parque es ofrecer un atractivo turístico con múltiples actividades que posicione al destino como opción familiar con una mayor afluencia de turistas a la localidad y la opción integral de poder realizar todas las actividades en un solo lugar.

El predio total del parque comprende 12 hectáreas ubicadas a unos 12 km al sur de la localidad de Esquina y a orillas del Río Corriente. Debido a la complejidad, tamaño e inversión del Parque, la construcción de este será encarada a través de un programa de inversión público-privada, con el propósito de generar un posicionamiento a largo plazo de la ciudad como destino turístico de importancia dentro del esquema turístico nacional y regional, a la vez, que supone la generación de una rentabilidad económica que justifique el esfuerzo económico puesto en él. Desde el punto de vista de la oferta, lo que se propone al consumidor es un lugar de gran extensión (el tamaño total del parque es de 120.000 metros cuadrados) diseñado para ofrecerle una experiencia única que conjuga recreación, espacios verdes, historia, tradición, múltiples actividades, navegación y juegos acuáticos en un solo lugar, bajo la premisa de la accesibilidad y el turismo accesible. Este Parque Acuático Integral, debido a sus características de diseño universal sería el primero de su clase en toda Latinoamérica.



Esquema visual del Parque

Esto es CAÁGUAZÚ, diversión máxima, para todos.



### Accesibilidad y Diseño Universal.

Diseñar un parque acuático, y sus zonas recreativas, accesible para todas las personas, independientemente de sus capacidades, es un reto en la concepción de espacios de ocio y es necesario conocer el concepto de Diseño Universal, el cual se puede aplicar a cualquier objeto o entorno y que tiene por objetivo conseguir que todas las personas puedan utilizar ese objeto o entorno de forma independiente y sin tener en cuenta sus capacidades físicas, sensoriales, motoras o cognitivas.

Lamentablemente sigue siendo un concepto desconocido o confuso para muchas personas. Creado por el arquitecto norteamericano Ron Mace, consiste en la creación de productos y entornos diseñados de modo que sean utilizables por todas las personas en la mayor medida posible, sin necesidad de que se adapten o especialicen. Es importante y oportuno insistir en esta tendencia que cobra cada día más importancia por el sostenido aumento de la población de mayor edad y el derecho a la participación de las personas con discapacidad o con limitaciones en su funcionalidad.

Es que todos, a medida que envejecemos vemos disminuidas algunas de nuestras capacidades: decrece nuestra fuerza, alcance, movilidad, agudeza visual y audición. Entonces, progresivamente, la interacción con las condiciones del entorno comienza a provocar conflictos. Pero también esto depende de las condiciones del entorno. Si son desfavorables (entornos, comunicación o comprensión inaccesibles) provocarán una restricción de participación aumentando su grado de discapacidad.

El diseño universal, entonces, se refiere a la creación de productos, espacios y entornos que son accesibles y utilizables para todas las personas, independientemente de sus habilidades físicas, sensoriales o mentales. Esto incluye consideraciones para personas con discapacidad, ancianos y personas con necesidades especiales. El objetivo es maximizar la inclusión y la independencia, eliminando barreras y aumentando la accesibilidad para todos. El diseño universal se aplica en una variedad de campos, desde la arquitectura y el urbanismo hasta la tecnología y los productos de consumo. Los parques acuáticos con diseño universal se refieren a sitios que están diseñados y equipados para ser accesibles y utilizables para todas las personas, independientemente de sus habilidades físicas, sensoriales o mentales. Esto incluye la incorporación de rampas, elevadores y sillas de ruedas, así como la señalización y el personal capacitado para ayudar a las personas con discapacidad, así como características para personas con discapacidades visuales y auditivas, como braille y señales de sonido. El objetivo es ofrecer a todos los visitantes la misma oportunidad de disfrutar del parque acuático.

Actualmente, en el mundo, existen algunos parques acuáticos conocidos que ofrecen características de accesibilidad para personas con discapacidad, tales como rampas, elevadores y sillas de ruedas, pero no así diseño universal en su concepción. Algunos ejemplos incluyen: 1- **Sesame Place** en Pensilvania, Estados Unidos, es un parque acuático temático con características de accesibilidad para personas con discapacidad. 2- **Wet'n'Wild** en Gold Coast, Australia, cuenta con un área de accesibilidad para personas con discapacidad. 3- Parque acuático **Aqualand** en España cuenta con adaptaciones para personas con discapacidad. 4- Parque acuático **Six Flags** en Estados Unidos tiene algunas atracciones adaptadas para personas con discapacidad.

Sin embargo, existe un solo parque acuático que es conocido por su ultra accesibilidad, tal como lo declaman sus dueños. Es el Morgan's Inspiration Island, ubicado en San Antonio, Texas, que abrió sus puertas en el año 2017.

Si bien en el país las normativas y ordenanzas legales definen estándares mínimos de accesibilidad enfocados en grupos específicos (principalmente discapacidades físicas y ceguera) aportando soluciones básicas, no cumplen con el principio central del problema, es decir, el grado de discapacidad de las personas es algo natural y que todos sufren en algún momento de sus vidas.

Es por ello, que el diseño universal permite repensar e innovar la arquitectura con una visión más amplia, proyectar para el mayor número posible de usuarios y gama de necesidades dentro de las personas al que va dirigido.

### DESTINO TURÍSTICO

El proyecto se realiza en la ciudad de Esquina, en la provincia de Corrientes, destacada por ser una de las de mayor afluencia turística relacionada con la pesca en la provincia, a tal punto, que sigue siendo una de las que mayor cantidad de plazas disponibles de alojamiento posee dentro de toda la oferta del territorio provincial de Corrientes.

Situada en el rincón sudoeste de la provincia de Corrientes, es cabecera del departamento homónimo y posee una



Vista de la ciudad de Esquina.  
Fuente:



destacada importancia turística, al ser sede de la «Fiesta Nacional del Pacú», Fiesta Nacional de la Sandía, y del «Carnaval de Esquina». En la localidad confluyen los ríos Corriente y Paraná, otorgando una particular vista panorámica del correr de sus aguas, lo que genera una costa bellísima, donde se levanta un balneario invadido por la naturaleza, adecuado para el esparcimiento de grandes y chicos.

### Características del Destino.

La ciudad se encuentra ubicada en el sudoeste de la provincia de Corrientes, sobre las barrancas del Río Corriente, a 336 km de la capital provincial y unos 600 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Conocida como el Portal Sur de la Mesopotamia, el trazo del río que la circunda se une al Río Paraná a través del canal artificial Torello, lo que crea un delta de islas y bancos de arena en donde la naturaleza realiza su mejor obra.

### Referencia histórica.

“El Partido de la Esquina” es creado por el Cabildo de Corrientes el 28 de noviembre de 1782. Para 1784 cuando Félix de Azara visita y reconoce “la Esquina”, su población estaba compuesta por tres ranchos con sus respectivos habitantes producto de la fundación de la Posta por don Benito Lamela nombrado el 8 de noviembre de 1782. Don Benito Lamela donó, el predio para levantar la Capilla a Santa Rita de Casia, para cumplir una promesa. Allí se asentó el poblado, en un recodo del río, y se fundó la ciudad Santa Rita de la Esquina del río Corriente, el 10 de febrero de 1806. Es ciudad desde 1940, y conserva un aspecto colonial. Fue edificada en una altura sobre la margen izquierda del Río Corriente, muy cerca del Paraná, con el cual está unido por medio de un canal inaugurado en 1924.

### Estado de desarrollo del Turismo Local

#### PLANTA TURÍSTICA. – EQUIPAMIENTO.

En cuanto al alojamiento, los establecimientos que ofrecen servicios de alojamiento son variados, encontrándose hoteles, aparts, bungalows y cabañas. La mayoría ofrece junto con la estadía, actividades náuticas y de pesca con guías. La ciudad posee la tercera capacidad de alojamiento de la provincia, por detrás de la ciudad de Corrientes y Paso de la Patria, con un poco más de 1700 plazas, lo que representa el 9% del total provincial, aunque existe un número mayor de oferta no declarada.

En cuanto a la oferta gastronómica, la mayoría de ellas están incluidas en los servicios de alojamiento, algunos comedores típicos, parrillas y unos pocos restaurantes, generalmente ubicados en la zona de costanera. La ciudad posee un casino, lugares bailables nocturnos y clubes sociales, además de plazas, monumentos históricos, sitios de interés y, por supuesto, una costanera para observar el río y realizar actividades náuticas. La municipalidad cuenta con una oficina turística que brinda información. Los bancos actúan como casas de cambio, según se permita, y varios comercios reciben monedas extranjeras como alternativa de pago. Las agencias de viaje locales son mínimas y se dedican tanto a turismo emisor como receptor. Existen servicios de guía de caza y pesca, incluyendo travesía y servicios de transporte. No existen agencias de alquiler de auto excepto que se coordine con las que se encuentran en la capital de la provincia.

#### INSTALACIONES.

Esquina es, ante todo, una ciudad balnearia. En cuanto a instalaciones de playa, las mismas son públicas de acceso irrestricto, pero no poseen un servicio acorde a la cantidad de visitantes, aunque se encuentran trabajando en ello, para disponer de sombrillas, baños, vestuarios, reposeras y otros elementos. Las lanchas tienen lugar para guardería y muelle de atracado y también servicios de guías especializados en la pesca deportiva de especies típicas muy requeridas, como el pacú, dorado o surubí. Ubicado frente al mayor balneario de Esquina, se encuentra el Camping Municipal La Playa, con servicio de bar y diferentes productos de río para el paladar.

#### ATRATIVOS TURÍSTICOS

El atractivo turístico más importante está relacionado con el entorno natural que ofrece y la práctica de la pesca. La ciudad convoca año a año a los pescadores del resto del país, a ser parte de la Fiesta Nacional del Pacú, ya consagrada nacionalmente como uno de sus mayores atractivos turísticos. Durante los meses de verano, ofrece el Carnaval de Esquina y las playas. Además, existen estancias cercanas a la ciudad en donde se pueden realizar actividades o disfrutar de la vida de campo. En cuanto a los atractivos culturales, la historia de la ciudad tiene una riqueza autóctona que rememora, desde su arquitectura hasta los sitios de interés, la época colonial, plasmada en su patrimonio cultural. Cada año se realizan: la Fiesta Provincial de la Sandía, enero, en conjunto con la Fiesta de la Producción, la Fiesta Nacional del Carnaval, febrero, la Fiesta Nacional del Pacú, durante la primera quincena del mes de marzo, producto estrella de la ciudad, y la Fiesta de Pesca Variada, en el mes de noviembre, como cierre de la temporada de pesca.

## INFRAESTRUCTURA

Conexiones Terrestres: Esquina se encuentra atravesada por el trayecto de la RN 12, que la divide en una zona céntrica, cercana al río, con mayoría de calles asfaltadas y una zona periférica, más allá de la ruta nacional, con mayoría de calles de tierra. Se conecta al sur a través de la misma Ruta Nacional 12 que llega hasta la CABA, así como con el oeste a través del túnel subfluvial que une Paraná y Santa Fé. Desde el este, el cruce a Brasil a través de Santo Tomé o Paso de los Libres, utilizan la RN 14 para luego conectar con rutas provinciales hasta Goya y de ahí seguir su recorrido hasta la ciudad de Esquina. Esta conexión también es el acceso norte a la ciudad, que llega a través del Puente Gral. Belgrano que une Resistencia-Corrientes o del paso internacional de la EB Yacyretá con la vecina República del Paraguay. Su ubicación la hace equidistante de las diferentes rutas y accesos encontrándose a no más de 600 km de los centros emisores más importantes o los puntos de acceso internacionales nombrados.

Comunicaciones: Existe red de servicios telefónicos, pero no teléfonos públicos. La provisión de internet tiene proveedores locales y nacionales, con servicios dispares según la zona de la ciudad en donde se encuentra. Es frecuente el uso de antenas para el acceso a conexión satelital.

Salud: Existe un Centro Integrador Comunitario (C.I.C.) municipal, el Hospital San Roque (provincial) y un Centro Asistencial Municipal. Todos poseen médicos especialistas pero los casos de alta complejidad son derivados a la cercana ciudad de Goya. De igual forma existen Centros de Atención Primaria en barrios, llamados CAPS.

Energía: Existe provisión de energía eléctrica, pero sufren cortes reiterados debido a que no supe las necesidades, sobre todo en verano, producto del exceso de consumo.

## SUPERESTRUCTURA

Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes, Municipalidad de Esquina, Dirección de Turismo de Esquina. Dentro del diseño turístico de la provincia, pertenece al Corredor Paraná Sur, que está compuesto por los municipios de Bella Vista, Santa Lucía, Lavalle, Goya y Esquina.

### ANÁLISIS FODA.

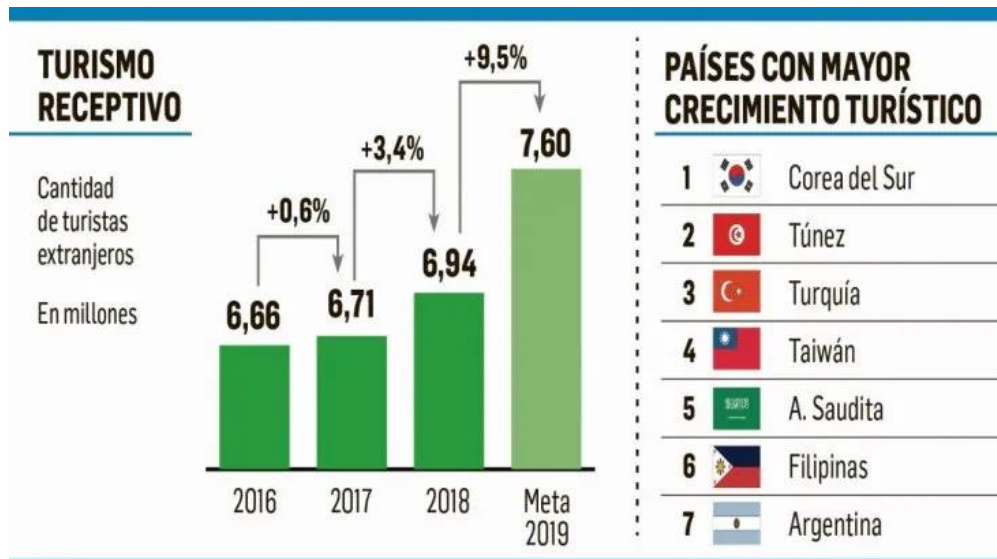
Para realizar el diagnóstico estratégico del proyecto, se realizan dos análisis específicos de diagnóstico, basados en las dos coordenadas estratégicas más relevantes. El destino, por un lado, y el proyecto, por el otro.

#### ANÁLISIS INTERNO DEL DESTINO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Destino turístico conocido, no sólo a nivel regional y nacional sino también el internacional, por la demanda que busca productos de pesca, sol y playa, descanso y entretenimiento.</li> <li>● Buena capacidad de alojamiento.</li> <li>● Categoría de sus atractivos.</li> <li>● Cercanía a centros de emisión importantes y zonas limítrofes.</li> <li>● Abundante oferta gastronómica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los proveedores turísticos trabajan generalmente aislados y con escasa coordinación entre ellos.</li> <li>● No existe una política de estado turística que promueva cambios en la organización y manejo de la oferta.</li> <li>● La oferta de mano de obra no es calificada.</li> <li>● Falta concientización turística, sobre todo en el trato al foráneo y los servicios que necesita.</li> </ul>

#### ANÁLISIS EXTERNO DEL DESTINO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● La diferencia en el valor de cambio del peso argentino respecto a otras, tanto el dólar y el euro, como las de países limítrofes, lo que hace más atractivo el destino por su costo. (CUADRO 1)</li> <li>● Aumento de la actividad turística en destinos nacionales, fomento de la actividad por parte de políticas públicas. (CUADRO 2)</li> <li>● Mayor integración regional.</li> <li>● El turista que ya visita la localidad por motivo de pesca (principal atractivo) puede venir acompañado de la familia (hoy no lo hace).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Incremento de la política de asistencialismo y protección social que podrían reducir la capacidad de oferta de la mano de obra o el interés por calificarse.</li> <li>● Aumento de la crisis económica que afecta a nuestro país lo que provocaría una dependencia extrema del turista extranjero.</li> <li>● La potenciación de otros destinos cercanos con características similares, en provincias vecinas.</li> </ul>



CUADRO 1 – Fuente: Ámbito Financiero. <https://www.ambito.com/informacion-general/turismo/la-argentina-los-7-paises-mayor-crecimiento-turistico-n5058530>

	Cantidad	Var. % i.a.	Var % i.a. acumulada
<b>Visitantes</b>	13.359	122,5%	100,2%
<b>Excursionistas</b>	7.976	112,5%	91,2%
<b>Turistas</b>	5.383	139,3%	109,6%
<b>Pernoctes</b>	16.674	62,1%	98,9%
<b>Gasto visitantes</b>	87.452.628	334,0%	368,3%

CUADRO 2 – Fuente: SINTA Sistema de Inform. Turística Argentina <https://www.yvera.tur.ar/sinta/>

### **CONCLUSIONES SOBRE EL DESTINO.**

- Destino conocido y con un buen número de camas para absorber, al menos al principio, el aumento de la demanda que provocaría el emplazamiento y comercialización del parque.
- Oferta gastronómica abundante, aunque poco especializada.
- Se encuentra en una zona geográfica inmejorable, en cuanto a las distancias a los centros de emisión más importantes (menos de 700 km) y en la provincia con mayor número de límites con países de la región (Paraguay, Brasil y Uruguay).
- La mayor parte de las debilidades se centran en aspectos estructurales, económicos y sociales, incluyendo la falta de personal idóneo para este tipo de proyectos o políticas activas del estado provincial o municipal que estimulen la

actualización de la oferta turística, mejores condiciones laborales, mayor capacitación, o integración de la ciudad con el perfil del turista.

- Su mayor potencial se centra en el vasto conocimiento que tiene la demanda del destino como lugar turístico asociado a la pesca, lo que brinda la enorme oportunidad de aprovechar a este público para que incluya a su conjunto familiar en su visita.

### **ANÁLISIS INTERNO DEL PROYECTO**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer Parque Acuático diseñado y construido bajo la premisa del Diseño Universal en Latinoamérica.</li> <li>• Primer parque acuático de la provincia en cuanto a su dimensión y especialización.</li> <li>• La construcción del parque se realiza a través de sistemas modulares, por lo que su ampliación es progresiva y calculada en función de la demanda y su incremento.</li> <li>• El diseño incluye un sistema de reciclado de agua, sustentable y amigable con el entorno natural reduciendo su impacto ambiental.</li> <li>• Al menos 50% de la energía se genera por energías renovables.</li> <li>• El concepto del parque como INTEGRADOR de experiencias que incluyen lo cultural, lo natural, relax, paseo, gastronomía y deportes, dentro del marco de juegos acuáticos, lo hace único, lo que genera una clara ventaja competitiva respecto a lo que ofrecen otros centros recreativos actuales.</li> <li>• Grandes áreas destinadas para la recreación y entretenimiento.</li> <li>• Generador de puestos de trabajo local y regional.</li> <li>• Ofrece complemento al turismo de pesca que ya visita la ciudad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de mano de obra calificada en la ciudad de emplazamiento. Necesidad de capacitación y puesta a punto de todo el complejo.</li> <li>• Los accesos al parque son malos por lo que se debe invertir en infraestructura adicional.</li> <li>• El diseño y la sustentabilidad del parque generan mayores costos.</li> <li>• El tamaño del parque requiere un mayor movimiento de masa crítica de visitantes.</li> <li>• En períodos de alta demanda, puede haber escasez de alojamiento en la ciudad que afecten al parque.</li> </ul>



### **ANÁLISIS EXTERNO DEL PROYECTO**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● La adopción y promoción de políticas de turismo accesible, tanto en nuestro país, como en países limítrofes.</li><li>● Crecimiento de la demanda en turismo accesible.</li><li>● Disponibilidad de líneas de crédito internacionales para proyectar crecimiento de este.</li><li>● Escasez de centros de recreación en la ciudad y sus alrededores.</li><li>● El clima caluroso de la región durante todo el año propicia la concurrencia al parque.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● El tipo de cambio y las restricciones a las importaciones resultado de la política económica del gobierno.</li><li>● La adaptación de destinos cercanos con características similares, incorporando detalles o diseños para generar accesibilidad.</li><li>● La apertura de sitios similares, en cuanto a estructura y ofrecimiento de servicios, en países vecinos.</li></ul>

### **CONCLUSIONES SOBRE EL PROYECTO.**

- Parque Acuático Integral, incorporando un estilo de diseño y construcción único, en un destino que ya es conocido y con visitantes regulares.
- Turistas ya atraídos por, sobre todo, la pesca y el disfrute de la calma del lugar, encuentran en el parque una oferta para el disfrute de toda la familia.
- Su diseño modular lo hace adaptable a un aumento sostenido de la demanda, además del grado de automatización que posee.
- Diseño basado en la sustentabilidad y sostenibilidad en cuanto a la utilización de energía y agua, siendo amigable con el medio ambiente, provocando un bajo impacto ambiental en la zona.
- No existiendo otro parque de estas características en toda Latinoamérica, se lo puede ofrecer con grandes ventajas competitivas en su comercialización.
- Entorno natural inmejorable, una ciudad que mantiene el encanto de los pueblos tradicionales y una exquisita gastronomía guaraní que acompaña todo el proceso.
- En el aspecto económico, sin embargo, el diseño y operación del parque, con sus características, generan mayores costos de inversión y mantenimiento.
- La falta de mano de obra calificada encarece la operatividad.

- La crisis económica que afecta a nuestro país genera distorsiones en el tipo de cambio aprovechables en la demanda, pero que provocan restricciones a la importación de bienes y servicios por la salida de divisas.
- En cuanto a la demanda, la Organización Mundial de la Salud (2011), calcula que aproximadamente el 15% de la población mundial tiene una discapacidad física, mental o sensorial. También hay que incluir en el cálculo a las personas que se encuentran dentro del rango del rápido envejecimiento que afecta a toda la población, aumentando así la demanda de entornos, transporte y servicios accesibles, y añadiéndose valor al mercado del sector del turismo accesible.

### **LA PROPUESTA SUPERADORA**

Este proyecto propone el diseño, construcción y comercialización de un Parque Acuático que se convierte en relevante por tres aspectos, a saber:

1. Es una propuesta superadora de la concepción tradicional de un parque acuático. Dos son las razones que llevan a sostener esto. Por un lado, la visión de ofrecer un parque integral, es decir, salir del preconcepción de la mayoría de los parques acuáticos en los cuales, los visitantes encuentran el principal entretenimiento en los toboganes, torres y elementos de diversión basados en la repetición del acto de subir y bajar de una u otra atracción o mantenerse en el agua de forma permanente. El Parque Acuático Integral Caaguazú ofrece un diseño único que privilegia la experiencia total del visitante (de ahí su concepto integral), haciéndolo interesante para todas las edades e incluyendo entre sus atractivos, obviamente lo acuático (representado por 6 sectores de piletas y juegos) pero también lo cultural, recreativo, un mirador, tirolesa, deportes acuáticos y no acuáticos, zonas de paseo, zonas de entretenimiento, zonas de parques propiamente duchas, restaurantes y múltiples servicios, etc. Por otra parte, su concepción arquitectónica, basada en el diseño universal, lo hace único e inclusivo en un mundo que discurre hacia los servicios integrales y con la mayor accesibilidad posibles. Diseñar, construir y ofrecer un Parque Acuático con diseño universal implica la mezcla de todas estas funcionalidades en una integración de conceptos, tecnología, equipos y capital humano al servicio de cada turista. Desde que ingresa al parque hasta que se retira, todo está pensado para que el regocijo de este no tenga relación con las capacidades que uno posea sino con las condiciones en que uno disfruta lo natural, el contacto con el otro, la interacción con los elementos que se le ofrezcan y, sobre todo, que las capacidades diferentes no sean un obstáculo a lo que pueda sentir el turista.

2. Es una propuesta superadora porque un 85 % de toda la construcción del parque se realizará utilizando madera, en la provincia de mayor forestación del país, lo que potencia todo el sector y permite una mayor amigabilidad con el ambiente.
3. Es una propuesta superadora en el sentido de que complementa y suma una oferta de gran atractivo a un destino turístico que ya tiene una afluencia importante de turistas que encontrarán en el Parque Caaguazú un estímulo ideal para visitar nuevamente la localidad, pero acompañados de toda la familia. Por otra parte, pero relacionado con lo anterior, el concepto integral del parque y las experiencias que se ofrecen lo vuelven atractivo incluso en períodos en donde no hay demanda estacional de diversión acuática (otoño e invierno) ya que existen múltiples experiencias ofrecidas que se pueden disfrutar en los meses del año que no sean vacaciones de verano.
4. Por último, representa una propuesta superadora porque genera una fuente de trabajo directo e indirecto que moviliza la economía local dirigiéndose, de manera general, a una demanda que potencialmente ya tiene intenciones de visitar el destino, y de manera particular, a una demanda, turismo accesible, que se encuentra insatisfecha en cuanto a lugares en donde pueden disfrutar de una experiencia como la que ofrece el parque. Hay que tener en cuenta, en este sentido, que una gran parte de la población de mayor edad tiene importantes ingresos y el deseo de viajar, tanto en su propio país como en el extranjero, y su gasto suele ser superior al de los turistas en general (SOUCA, 2010). En 2009, había más de 730 millones de personas de más de 60 años, el equivalente al 10% de la población (ONU, 2009), lo que supone un incremento de más del 20% desde el año 2000. Para el año 2050, el número de personas mayores de 60 años se habrá incrementado hasta representar un 20% de la población mundial, con una quinta parte de este grupo mayor de 80 años. Estos turistas, muchos de ellos extranjeros, encuentran en el Parque Caaguazú, una oferta atractiva.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar, construir, poner en marcha, comercializar y operar productivamente el Parque Acuático Integral Caaguazú en la localidad de Esquina, Corrientes, posicionándolo como la primera opción a elegir en parques acuáticos y turismo accesible.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **CORTO PLAZO (un año)**

- ✓ Construir la etapa I del Parque Acuático Integral Caaguazú en el predio considerado en un lapso de 18 meses.
- ✓ Alcanzar un ingreso promedio al Parque de 150 personas/día al fin del primer año de funcionamiento. Este ingreso, como promedio, se alcanza con la masiva concurrencia estacional de los meses de verano y los turistas que visiten el parque en otros períodos del año calendario.
- ✗ Alcanzar el punto de equilibrio económico del proyecto en un año.
- ✓ Lograr que en los primeros 6 meses todos los empleados completen el proceso de capacitación.
- ✓ Generar y obtener un mínimo de 15.000 seguidores, de modo de posicionar al parque en las redes sociales en los distintos niveles.

- **MEDIANO PLAZO (tres a cinco años)**

- ✓ Construir la etapa II del Parque Acuático Integral Caaguazú en el predio propio considerado en un lapso de 18 meses.
- ✓ Alcanzar un ingreso promedio al Parque de 200 personas/día al fin del primer año de la puesta en funcionamiento de las etapas I y II.
- ✓ Alcanzar una rentabilidad neta anual mínima del 8 %.
- ✓ Duplicar la cantidad de seguidores en redes y la interacción con los mismos.
- ✓ Alcanzar una red de al menos 25.000 clientes del parque a través del sitio web.

- **LARGO PLAZO (diez años)**

- ✓ Construir la etapa III del Parque Acuático Integral Caaguazú en el predio propio considerado en un lapso de 18 meses.

- ✓ Alcanzar un ingreso promedio al Parque de 250 personas/día al fin del segundo año de la puesta en marcha de todo el Parque planificado.
- ✓ Alcanzar una rentabilidad neta anual mínima del 15 %.
- ✓ Obtener Certificaciones IRAM e ISO en calidad de servicio, gestión ambiental y accesibilidad.
- ✓ Alcanzar acuerdos estratégicos de viajes y visitas al parque con al menos 20 instituciones de diversas partes del planeta relacionadas con el turismo accesible.
- ✓ Duplicar la cantidad de seguidores en redes y la interacción con los mismos.
- ✓ Diseñar, poner en marcha y alcanzar al menos un 10% de visitantes frecuentes en un exclusivo Sistema de Fidelización del parque.
- ✓ Alcanzar al menos un 25% de ocupación de los servicios del parque en temporadas bajas.
- ✓ Duplicar la cantidad de seguidores en redes y la interacción con los mismos.
- ✓ Alcanzar una red de al menos 45.000 clientes del parque a través del sitio web.

## **ESTRATEGIAS DE MARKETING.**

### **PERFIL DEL MERCADO.**

#### **MERCADO META Y ALTERNATIVOS**

Los principales segmentos a los que se dirige el Parque Caaguazú son:

- Grupo familiar con hijos pequeños de hasta 15 años, de nivel socioeconómico A, B, C1, C2, residentes en el país o el extranjero, que gusten del contacto con el agua y la diversión, amantes de la pesca y del entorno natural que residan, conozcan o deseen conocer la provincia de Corrientes. (META)

- Jóvenes de 16 a 35 años, de nivel socioeconómico A, B, C1, C2, solteros, residentes en el país o el extranjero, que les agraden los deportes extremos y la adrenalina, así como el entretenimiento grupal, que residan, conozcan o deseen conocer la provincia de Corrientes. (ALTERNATIVO)

- Personas con discapacidad permanente, de nivel socioeconómico A, B, C1, C2, C3, de 8 a 30 años, acompañados de familiares o en grupo. (ALTERNATIVO)

#### **SEGMENTACIÓN**

Geográfica:

La demanda del parque tiene una segmentación definida en relación con el producto que adquiera, esto es, estándar, premium o el pase Caaguazú y su versión *all inclusive*. Obviamente el público local y cercano elegirá sobre las tres primeras opciones y solamente los que provienen de zonas más distantes justificarán la elección del pase más caro, con alojamiento incluido. De igual manera, para los productos de mayor valor, el público que se espera proviene, o puede provenir, de países limítrofes y del turismo internacional más lejano. Teniendo en cuenta su condición de único en su tipo en toda América Latina, la tracción del parque desde centros emisores regionales y continentales se espera sea muy alta.

#### Demográfica y social:

La disposición de zonas y atractivos del parque genera varios segmentos de consumidores a los cuales se dirigen las acciones de mercadotecnia de este.

**Zona 1 / Zona 2:** con sus principales atractivos de bosques y senderos temáticos, la piscina con olas, el parque infantil, el patio de comidas, su zona comercial de recreación y descanso y el mirador, estas zonas están pensadas para el grupo familiar, con hijos pequeños y preadolescentes, de 6 a 15 años, de nivel socioeconómico A, B, C1 y C2 y personas con discapacidad permanente de nivel socioeconómico A, B, C1, C2, C3, de 8 a 30 años, acompañados de familiares o en grupo.

**Zona 3 / Zona 4:** con sus principales atractivos del bosque argentino, las parrillas y quinchos y los complejos de piletas y bares, estas zonas están pensadas para un público joven de 16 a 35 años, de nivel socioeconómico A, B, C1, C2, solteros, que les agraden los deportes extremos y la adrenalina, así como el entretenimiento grupal. Por supuesto que las familias también tienen su lugar en estas zonas, ya que constituyen parte del segmento general del parque, así como las personas con discapacidad y sus acompañantes.

**Zona 5 / Zona 6:** por último, con sus principales atractivos basados en el alojamiento y servicios asociados, por un lado, en la zona 5, y el vértigo y la velocidad de sus complejos acuáticos por el otro, incluyendo el restaurante, la zona de descanso y mirador, y la marina, con pesca y deportes acuáticos incluidos, de la zona 6, estos sectores se dirigen a ambos públicos de las anteriores zonas, pero con un nivel socioeconómico más estrecho, basado en los segmentos A, B y C1.

#### Comportamental:

De igual manera que los anteriores tipos de segmentación, las zonas tendrán un mayor flujo de clientes con un estilo de vida familiar, tranquilo, basado en la diversión de los niños en las zonas 1 y 2; mayor cantidad de clientes con un estilo más libre y desmesurado, jóvenes y

adultos jóvenes en las zonas 3 y 4 y los clientes más cercanos a las experiencias extremas y deportes acuáticos en la zona 6, quedando la zona 5 para el alojamiento.

**Resumen de segmentos.**

<b>Segmento</b>	<b>Características básicas</b>
Principal o meta primario	Familias, ABC1, con hijos de 3 a 18 años, que gusten del contacto con el agua, disfrutar en conjunto y la naturaleza. Su lugar de origen puede ser nacional o internacional.
Principal complementario	Familias que tienen entre sus miembros personas con algún tipo de discapacidad, ABC1, C2, C3. Su lugar de origen puede ser nacional o internacional.
Secundario	Adolescentes y jóvenes de 13 a 35 años que gusten de pasar un buen momento en compañía de amigos, les guste lo acuático y lo natural. Su lugar de origen puede ser nacional o internacional.
Secundario	Personas mayores de 50 años, en pareja o no, que gusten de lo acuático, lo natural, la tranquilidad y el paseo. Puede ser que tengan familiares en edad de niñez o adolescencia.
Secundario	Instituciones públicas (escuelas, colegios, universidades, reparticiones relacionadas con el turismo, municipios), sindicatos, obras sociales, organizaciones de la sociedad civil relacionadas con los públicos objetivo

**CÁLCULO DE LA DEMANDA.**

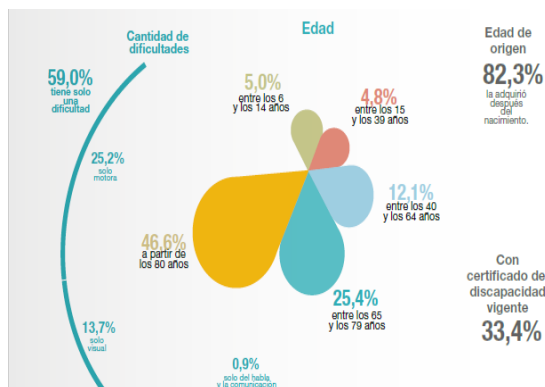
Según datos del Ministerio de Turismo de la provincia de Corrientes, en enero (mes de mayor afluencia turística) de 2020, visitaron la provincia un poco más de 455.000 turistas, con una estadía promedio de 3 noches y un gasto total de 858 millones de pesos, unos casi 1.900 pesos por persona, que representan unos U\$S 17,43 por pasajero a valor de esa época. Transcurrida la pandemia, en similar mes de 2021, el Observatorio Turístico de la Provincia de Corrientes y la Subsecretaría de Sistemas de la Información presentan el informe señalando la afluencia de poco más de 66.000 turistas, con una caída interanual del 85% en un año totalmente atípico. Esta corriente turística generó una estadía promedio de 3,6 noches y un gasto aproximado de U\$S 59 por pasajero, triplicando prácticamente el gasto del año anterior. En enero de 2022, ambas organizaciones publican el informe señalando que un poco más de 800.000 turistas visitaron la provincia con un promedio de estadía de 3,2 noches y un gasto que se mantiene en torno a los U\$S 57 por persona. Esta demanda, que alcanza su pico máximo en los meses de enero y febrero, se reduce significativamente desde marzo hasta noviembre y aumenta un poco en el mes de diciembre y en los fines de semana largo aprovechados para la pesca y el turismo de sol y playa según corresponda en el calendario.

En promedio, casi 2 millones de personas visitan la provincia a lo largo del año, con un impacto económico total de unos 20 mil millones de pesos al año. De estos turistas, el Observatorio Turístico señala que el 14% de estos visitantes frecuentan el Corredor Paraná Sur, en promedio, totalizando unos 280.000 turistas al año, repartidos entre los municipios de Bella Vista, Santa Lucía, Lavalle, Goya y Esquina, entre los cuales, los dos últimos son los más concurridos.

Por otra parte, siendo un parque totalmente accesible, se debe tener en cuenta que, según datos del INDEC, del Estudio Nacional sobre el Perfil de las Personas con Discapacidad del año 2018, el 10,2 % de la población (9,5%



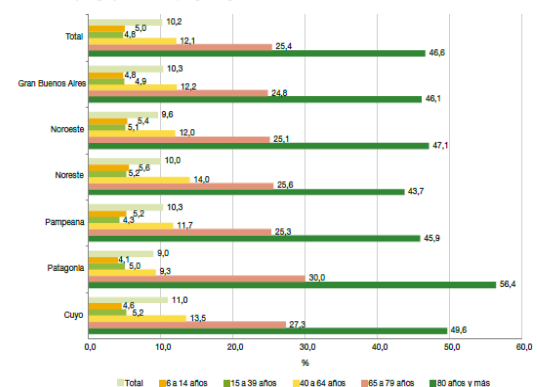
en varones, 10,8% en mujeres), tiene algún tipo de dificultad, siendo la incidencia por edad, de un 5 % del total de la población entre 6 y 14 años y un 4,8% de la población entre 15 y 39 años, segmentos que son los ideales para disfrutar del parque.



A su vez, si solamente se toman datos de la región nordeste, el público más cercano al parque en cuanto a desplazamiento, la suma de los segmentos de 6 a 39 años da un valor

del 10,8 % de la población con alguna discapacidad (Gráfico 6.3)

Gráfico 6.3 Población con dificultad de 6 años y más. Prevalencia de población con dificultad, por grupos de edad, según región



Fuente: INDEC. Estudio Nacional sobre el Perfil de las Personas con Discapacidad 2018.

En función de todo lo antes expuesto, el cálculo de la demanda tiene en cuenta tanto los visitantes potenciales, basados en registros históricos, que pueden visitar el parque como un porcentaje (que se estima en un 30%) del total de personas con discapacidad de la región, los cuales se consideran acompañados por, al menos, una persona.

Según datos de los Indicadores Básicos 2018 publicados por el gobierno argentino, la población de las provincias de Corrientes (1.080.655), Chaco (1.155.723) Formosa (584.614) Misiones (1.204.182) y Entre Ríos (1.334.489) suman 5.359.663 habitantes cuyo 10 % representan casi 536.000 personas con algún tipo de discapacidad, siendo, a su vez, el



segmento de 6 a 39 años, de casi 58.000 habitantes. El 30% de este número es de 17.400 visitantes al año (puesto que se cuentan los acompañantes, ya que las personas discapacitadas, de igual número, no pagan)

Estos cálculos representan un potencial de mercado (estimado sobre valores mínimos) compuesto de la siguiente forma:

- De los 280.000 que los registros históricos arrojan como visitantes anuales del corredor turístico que integra la ciudad de Esquina, se estima un 30% de turistas potenciales, con un resultado anual de 84.000, que, a su vez, se reduce al 50%, considerando que 1 de cada 2 pueda aportar visitas de su núcleo familiar y sólo una visita por turista, lo cual hace una estimación mínima de 42.000 viajeros potenciales.
- Del segmento de 6 a 39 años con alguna discapacidad en toda la región, unos 58.000 habitantes, se estima también un 30% (que son acompañantes). Este número sería de unos 17.400 turistas potenciales.

Sumando ambos números podemos estimar un potencial de demanda de casi 60.000 personas/año que podrían visitar el parque.

## **POSICIONAMIENTO**

Jack Trout y Al Ries (1972) acuñaron el término “posicionamiento”, definiéndolo como “...el lugar que ocupa en la mente del consumidor una marca de producto o servicio, sus atributos, las percepciones del usuario y sus recompensas”. Desde este punto de vista, el conjunto de acciones realizadas para consolidar una imagen en la mente de los consumidores va a constituir la estrategia relacionada con este concepto.

En el caso del Parque Caaguazú, se utiliza el **posicionamiento por atributos**. Los atributos son aquellas características intrínsecas de una marca, que pueden tener connotaciones funcionales o emocionales. Esta asociación de marca es la más básica y esencial. (TORREBLANCA, 2018) Estos atributos poseen una serie de factores principales que parten de su núcleo central y otros, adicionales, que comprenden los puntos complementarios.

Los principales atributos relacionados con el parque y su posicionamiento están referidos al **ENTRETENIMIENTO** con su componente de diversión asociado y a la **INCLUSIÓN**. En cuanto al entretenimiento, los esfuerzos están dirigidos a mostrar un parque que ofrece una multiplicidad de atracciones, temas, cultura, gastronomía y juegos, entre otros, es decir, proyectar la imagen de que sea imposible aburrirse en él. Asociado al anterior concepto, la diversión, como idea central, tiene relación con el disfrute, el cual generalmente es asociado a ver en el otro, proyectar la idea, a partir de la experiencia de terceros. Para eso, se pone en

marcha una política de fidelización y comunicación puntuales que brinden a los prospectos las señales inequívocas de que la diversión en el parque está garantizada. En cuanto a la INCLUSIÓN, la misma no solamente se plantea desde la discapacidad sino también desde el rango etario que puede visitar y disfrutar del parque. En este sentido, la política de comercialización del parque en cuanto a contactos directos con el público objetivo es importante y constituye una de las estrategias de venta con mayor utilización de este.

Por otro lado, adicionalmente, se desea proyectar una imagen de confianza y profesionalismo en el cliente basados en otros atributos diferenciales del parque, esto es: 1) SEGURIDAD; 2) TEMÁTICA. *Seguridad*, porque al visitar este tipo de establecimientos, los visitantes buscan tener la confianza en que todo va a salir como se espera y no va a existir ningún problema. En esto, el parque utiliza como emblema, en todas sus comunicaciones, la mención de la tecnología que posee el parque, la cantidad y calidad de sus atracciones y el profesionalismo de sus empleados. Por último, en cuanto a la *temática*, se hace hincapié en el plano cultural que suponen los tópicos del parque y cómo visitarlo no es solamente subir y bajar de los juegos, sino que implica una experiencia rica en brindar conocimiento mientras uno se divierte, sobre todo en el caso de las familias.

La diferenciación que se pretende con otros parques acuáticos, cercanos o no, también se completará con los múltiples servicios que el parque ofrece. No hay mejor experiencia que la propia, por lo que todos los esfuerzos se centrarán en la calidad y cantidad de servicios y disponibilidad que el parque ofrece a sus visitantes, como estrategia de valoración o propuesta de valor implícita en la relación con cada pasajero. Lo que se busca es ofrecer una experiencia tal que demuestre este valor intrínseco y sea un vehículo de transmisión a otros prospectos.

Algunas estrategias que se desarrollan a fin de establecer el posicionamiento deseado son:

- ✓ Generar una red de alianzas con al menos 20 socios estratégicos tanto a nivel local, provincial, nacional e internacional (cinco en promedio por cada nivel) que permitan establecer un posicionamiento inicial en el mercado tanto de turismo de pesca (tradicional) como en el de turismo accesible (nuevo).
- ✓ Generar campañas y alcanzar acuerdos estratégicos que privilegien la presencia virtual del parque en, al menos, un 30 % del total de metabuscadores, plataformas de búsqueda, revistas especializadas, sitios dedicados y agencias más utilizadas y de mayor prestigio entre los viajeros.

### MARCA TURÍSTICA

KAPFERER (1994) define a la marca turística como la representación e identificativo turístico que posee un entorno o región con varios componentes artísticos, naturales/culturales incluyentes y cuya principal característica está en proveer de servicios de excelente calidad a los demandantes del sector. Según lo establece KELLER (2008) "...la imagen de una marca turística se denomina a la red de memoria asociativa basada en las percepciones de los consumidores".

El Parque Caaguazú realiza esfuerzos relacionados con el conjunto de actividades en comunicación y relación con turistas o clientes e integralmente asociada a valores y percepciones. En todo momento, desde el ingreso al parque, el visitante tendrá una visibilidad extrema de la marca del parque tanto en señaléticas, pulseras, bolsas, merchandising, platos, cubiertos, utensilios, juegos, etc. Con esto, se pretende que la marca en sí misma, cumpla su función económica y social, como imagen y buen nombre del destino turístico, generando atracción hacia el mismo, y, de esta manera, forjar beneficios a los prestadores de servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del parque.

El diseño del logo se centra en mostrar lo esencial dirigido a la familia, mercado meta principal del parque, utilizando una tipografía acorde (de estilo infantil) y la leyenda que acompaña al parque en toda su comunicación: NOS DIVERTIMOS, TODOS, que cumple dos funciones, señala que su atributo principal es divertirse y que incluye a todos en ello. Este isologo se utiliza completo en serigrafía del parque y solamente en letras para comunicaciones formales, etiquetas y cartelería.



#### ESLOGAN

La psicología explica que la memoria es el proceso mediante el cual adquirimos, guardamos y recuperamos la información. La memoria no es un almacén, sino una facultad que conserva y elabora, es una memoria creativa. No es una realidad unitaria, sino la integración de múltiples sistemas. No es perfecta está sujeta a errores y distorsiones e ilusiones. Es por ello por lo que cuanto más simple y emotivo sea un mensaje, mayor probabilidad de asociatividad

tenga, es decir, sea más fácil de recordar. Aquí entra en juego un eslogan. Laia Cardona define a un slogan como *“...una frase corta y fácil de recordar con la que la marca busca resaltar alguna de las características de su producto o servicio o alguno de los valores de la empresa. El objetivo que se persigue con un eslogan es el de que el público recuerde, identifique y asocie rápidamente los productos o servicios y la marca, como una forma de destacar frente a la competencia”* CARDONA (2022).

El eslogan elegido por el Parque Caaguazú es **“NOS DIVERTIMOS, TODOS”**. La adopción de este eslogan responde a varias causas y tiene diversos propósitos, a saber: Por un lado, está el aspecto inclusivo, utilizando la palabra TODOS como forma de englobar a cualquier persona dentro del público directo del parque, por cuanto el diseño universal de este lo es; de igual forma, la expresión NOS DIVERTIMOS, es inclusiva en cuanto comprende tanto al emisor como al receptor dentro de la misma expresión. Por otro lado, está el aspecto lúdico, definido en lo que supone divertirse. Por último, hay un aspecto que, si bien puede tener referencia a lo inclusivo, es también etario. En este último aspecto la palabra todos, también refleja este detalle.

### DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PRODUCTO.

CAAGUAZÚ es un parque integral e inclusivo, con juegos acuáticos, diseñado para brindar una experiencia única a todo aquel visitante que busque un lugar en donde pueda encontrar diversión, juegos, toboganes y torres de agua, playa, paseos, vértigo, naturaleza y una enorme cantidad de servicios pensados para el deleite del turista, para brindarle una experiencia personal del viaje.

Es, ante todo, un parque. En el diseño, se tomó en cuenta que la oferta al turista debía ser extensa, variada y con una larga lista de servicios disponibles para que la única preocupación del visitante fuera vivir y disfrutar la experiencia. No es solamente un conjunto de piezas metálicas y plásticas que permiten caer desde cierta altura y experimentar el vértigo de tal diversión. Es una suma de vivencias que busca atrapar al turista desde su ingreso hasta su salida, dejándolo siempre con ese deleite que provoca el “sabor a poco” que estimula una nueva visita.

### LA GESTIÓN PÚBLICO-PRIVADA

El Parque Caaguazú se conforma a partir de una apuesta de inversión asociada público-privada en la que los fondos para su construcción y puesta en marcha tienen su origen en las arcas del estado (o sus métodos de financiación internos o externos) y la administración, gestión, contratación de personal y servicios y tercerización de otros productos y servicios que ofrece el parque, quedarán bajo la órbita del sector privado. Esto, por supuesto, no impide

que el estado municipal provincial y nacional, tengan, en parte del Directorio su representatividad con voz y voto, pero solamente en lo relacionado con futuras inversiones, crecimiento y desarrollo del parque. En cuanto a la parte privada, será autónoma en cuanto a las decisiones operativas, de funcionamiento, administración, finanzas, planes estratégicos, comerciales y comunicacionales, en fin, todo lo que haga a la operación del parque y sus aspectos financieros y comerciales.

Como contrapartida de la inversión estatal, que se devuelve en un plan a largo plazo (25 años) el estado municipal y provincial recibirán aportes de dos tipos: un porcentaje de la rentabilidad neta del parque que será aportado al municipio para su aplicación en procesos de mejora continua y urbanización de la zona en la que se encuentra el parque; otro porcentaje, será puesto a disposición del gobierno provincial para la mejora y mantenimiento de las vías de acceso a la ciudad y al parque.

En cuanto a la operatividad misma, el total de las personas que necesita el mismo para estar activo (unas 70 personas aproximadamente) estarán organizadas en la figura de una empresa privada que gerencia el parque y es la que asume el compromiso laboral, tributario y legal en todo sentido.

### **TEMÁTICA, NARRATIVA Y PLANIFICACIÓN ESCALAR.**

Desde la llegada al parque, el predio, que comprende unos 120.000 metros cuadrados, ofrece una continuidad narrativa basada en la historia y cultura del pueblo guaraní, habitantes naturales de estas tierras, eje de todo el hilo conductor que demuestra con creces la extrema preocupación del diseño integral que permite ofrecerle al visitante la posibilidad de disfrutar todo el tiempo y en cualquier lugar, de lo que ha sido planificado para él. Por supuesto, todo bajo la premisa arquitectónica universal de la accesibilidad.

Es importante destacar que, si bien el Parque Acuático CAAGUAZÚ se encuentra diseñado como un todo, se divide en seis (6) zonas específicas que ofrecen diversas atracciones y servicios y que, temporalmente, se planifican como inversiones realizadas en diferentes períodos de tiempo, más dos sectores de ingreso (estacionamiento y boleterías) que constituyen los accesos y salidas de todo el complejo. Esto implica que la inversión del complejo es escalar, diseñada en función de un horizonte pleno de trabajo que finalice con todo el parque construido tal como se espera desde el inicio. Este concepto se fundamenta en que cuando se planifica la puesta en marcha de la idea es mejor considerarla como un todo y no en función de la disponibilidad temporal de un presupuesto, puesto que posteriormente es aún más difícil, engorroso y poco económico reconsiderar el proyecto una vez ya construido alguno de sus elementos.

## INGENIERÍA & DISEÑO

Quizás la característica más importante del complejo es justamente lo que le da nombre, es un parque. Esto implica que la mayor parte de su organización y diseño está basada en ofrecer una extensa cantidad de paseos, zonas de tránsito, lugares de descanso, pasarelas, caminos y recorridos naturales que están integrados con los atractivos acuáticos artificiales, como ser, las piscinas, toboganes, estructuras y servicios.

Con esta visión es que el diseño y la ingeniería del parque están puestas al servicio del turista y no a la maximización del espacio disponible, encontrándose muchos espacios verdes utilizados como senderos temáticos, zonas de entretenimiento y parrillas, sendas peatonales, bicisendas, rollerways, pequeñas estructuras de apoyo y un número importante de servicios al visitante que hace del parque una experiencia única.

El predio específico del parque se encuentra en una finca que comprende una figura irregular de unos 270 metros de ancho por unos 600 metros de largo a orillas del río Corriente, que circunda la ciudad aledaña. En el extremo oeste del parque están las playas sobre este río en un balneario no habilitado pero que sigue siendo utilizado por la mayoría de los habitantes de Esquina por la belleza de la costa y la cercanía de la desembocadura de este río en el río Paraná.

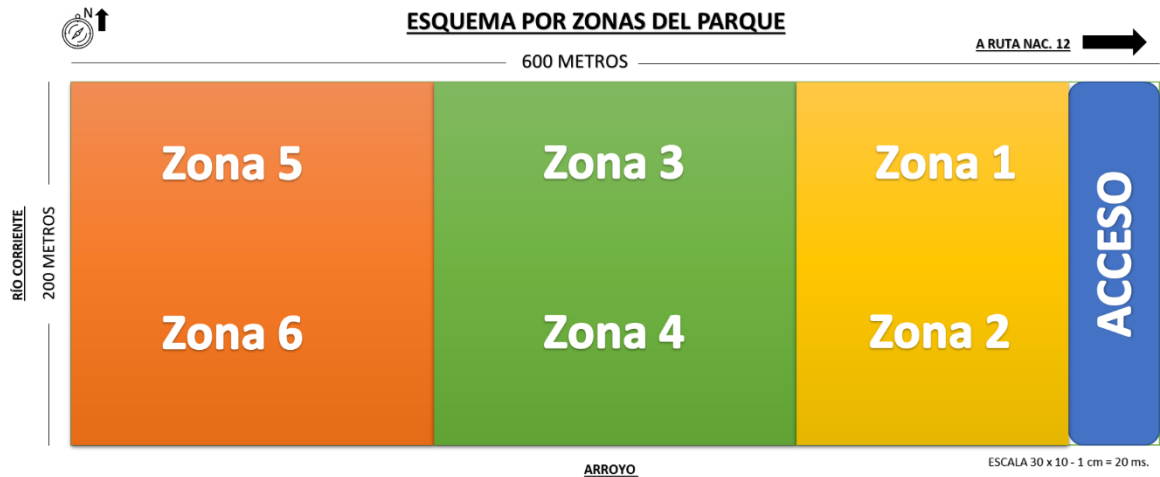


Localización de la finca en el mapa, respecto de la ciudad.

Fuente: Google Maps

Un camino vecinal (que debe acondicionarse) conecta con la ruta nacional 12 que cruza la ciudad de Esquina, distante unos doce kilómetros del parque.

El lugar se encuentra en terreno alto, no inundable, cuenta con posibilidad de perforación de agua a 40 metros (bajo tierra, napa) provisión de agua potable (con poca presión) y energía, aunque por el tamaño y consumo del parque se debe pedir una estación transformadora pequeña que será emplazada al final del sector de acceso, por fuera del parque, pero en terreno que todavía es propiedad de la finca en donde se emplaza el proyecto.



En un esquema de lo más simple y sencillo, el predio (600 mts x 200 mts) fue dividido en una zona de acceso por la que arriban los turistas y seis zonas de servicios, cada uno con un diseño particular. Al norte y al este, el predio linda con otros terrenos, al sur con un arroyo, aprovechable para realizar actividades recreativas acuáticas y al oeste con el Río Corriente, que continúa unos metros más para desembocar en el Paraná.

En cuanto a la ingeniería del proyecto, los procesos más costosos del parque son los iniciales, movimientos de suelo, preparación del lugar, adecuación del mismo, construcción, montaje de maquinaria y equipos, etc. Es importante destacar que se planifica el trabajo conjunto entre el municipio, el estado provincial e inversores privados para costear este proyecto, que, desde un principio, se pensó y planteó en conjunto con las autoridades del municipio esquinense y referentes económicos de la provincia quienes ven en este un emprendimiento estratégico para todo Corrientes.

En cuanto a la ingeniería puesta en juego dentro del parque, la mayoría de las operaciones se piensan de manera automatizada con mucho personal que se encuentre al servicio del turista, energía obtenida con paneles solares, códigos QR para todo el manejo económico dentro del parque y sistemas de vigilancia, asistencia, traslados y servicios pensados para el deleite del visitante y su familia.

Por último, pero no menor, en cuanto al diseño universal se refiere, todos los accesos son con rampas con poca pendiente, carritos de traslados exclusivos, personal de apoyo especializado, sensores y balsas especiales en los juegos acuáticos y un sistema de carriles

y sujeciones en toboganes y juegos de altura, de forma tal, de ofrecer la mayor accesibilidad posible. La señalética, servicios y la gastronomía está adaptada a cualquier tipo de discapacidad.

En cuanto al diseño acuático del establecimiento, las piletas (seis conjuntos en total) se encuentran todas conectadas entre sí, a través de un sistema de alimentación de agua por gravedad, basados en la pendiente entre cada pileta y un modelo de vasos comunicantes entre ellas que permite la provisión de agua hasta la cascada final que retroalimenta todo el sistema, promoviendo la sustentabilidad y sostenibilidad de todo el parque. Rodeando la disposición de las piletas se encuentra un canal de agua, de diseño sinusoidal, independiente de estas, que transita toda la extensión del parque como un paseo acuático y funciona como un elemento integrador de todo el diseño de la infraestructura. A su vez, tanto por arriba como por abajo de estos recorridos sinusoidales que conectan el parque, se encuentran senderos pedestres, bicisendas y rollerways que aumentan la conectividad y vías de tránsito comunes con servicio de transporte interno de alta frecuencia, debido a la extensión del parque.

## **EL PARQUE**

### **Visión Integral**

El Parque Acuático Integral Caaguazú (o Parque Caaguazú) tiene algunas premisas de diseño que lo hacen único en la región y en toda Latinoamérica:

- Es un parque TEMÁTICO, porque conjuga en toda su extensión aspectos de la cultura, la gastronomía y la historia de los guaraníes.
- Es un parque NATURAL, porque en su diseño, las zonas verdes y de contacto con la naturaleza ocupan un lugar primordial.
- Es un parque ACUÁTICO, porque reúne seis complejos de piletas, canales, toboganes, circuitos, torres y juegos cuyo principal factor es el agua.
- Es un parque ACCESIBLE, porque al haber sido conceptualizado con la premisa arquitectónica del diseño universal, es inclusivo a todas las personas que deseen disfrutarlo.
- Es un parque INTEGRAL, porque reúne en su extensión diferentes atractivos, entretenimientos y servicios al turista que amalgaman lo acuático, temático, de diversiones, cultural e histórico en un solo lugar.

### **Zonificación y construcción.**



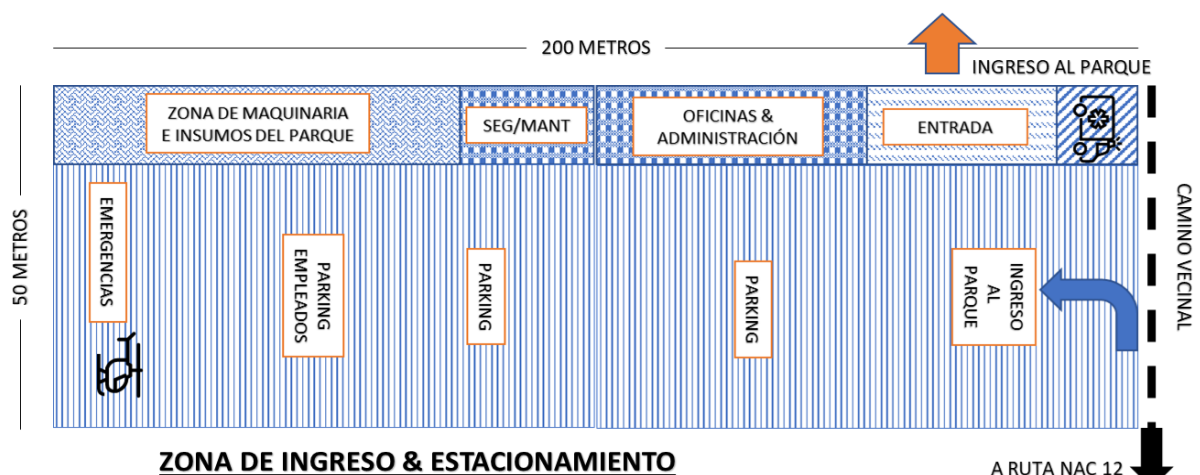
El Parque Caaguazú está dividido (en su concepto de planificación) en zonas, lo que permite que se pueda proyectar la inversión por etapas y operar el mismo mientras se construyen o generan las siguientes etapas. Se debe, sin embargo, pensarlo en conjunto.

La primera etapa, que conlleva un lapso de diez meses, supone la construcción de la zona de ACCESO, zona UNO y zona DOS. A partir de la apertura y funcionamiento de las zonas comprendidas por esta etapa, se iniciará la segunda, con un tiempo estimado de 18 meses, comprendiendo las zonas TRES y CUATRO, cuya apertura y funcionamiento pondrá en juego la posterior fase. Por último, la tercera etapa, también de 18 meses de tiempo estimado, comprende la construcción y puesta en marcha de las zonas CINCO y SEIS.

### Zonas y atractivos

Cada zona en el Parque Caaguazú comprende una serie de atractivos, sectores, servicios y entretenimientos pensados para brindar al visitante una experiencia única. Esta división y configuración no es azarosa y está pensada en función de las etapas de inversión planificadas. Teniendo en cuenta las denominaciones dadas a las zonas, por números, las zonas 1 y 2 son de tinte familiar e infantil, las zonas 3 y 4 tienen un diseño dirigido a un público adolescente, joven o maduro temprano. Y las zonas 5 y 6 son las destinadas al servicio premium y a los toboganes y torres, respectivamente, incluyendo los servicios de mayor costo.

### ACCESO.



Mapa de la zona de acceso  
(visto de forma horizontal)

La zona de acceso comprende:

- Ingreso y estacionamiento de clientes.
- Ingreso y estacionamiento de personal del parque.
- Sector de Emergencias
- Helipuerto (para emergencias)
- Entrada al parque
- Oficinas y administración
- Zona de seguridad y mantenimiento
- Zona de maquinaria de operación del parque.

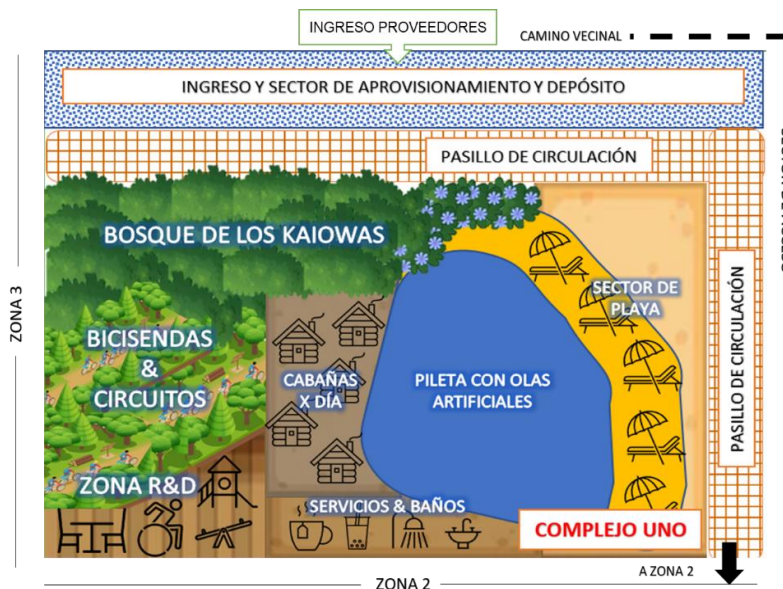
El parque recibe a los turistas con un sector importante de estacionamiento e ingresos que posee espacio suficiente para la cantidad de vehículos esperados, coches y ómnibus, y el sector de acceso de los visitantes.

El acceso en vehículo al parque se da por un camino vecinal distante unos 800 metros de la ruta nacional 12, principal vía de comunicación con el parque Caaguazú. El estacionamiento comprende una enorme dimensión de poco más de 12.000 metros cuadrados con capacidad para 300 automóviles y 6 ómnibus al mismo tiempo y un helipuerto que puede ser utilizado en caso de emergencia o de visitas oficiales (autoridades o personajes especiales) que lleguen al parque.

En la zona delimitada como ENTRADA y las oficinas ubicadas al lado de estas, los visitantes reciben las orientaciones necesarias para la adquisición de los pases correspondientes a su estadía en el parque. Una vez adquiridas las entradas, los visitantes acceden a la zona 1, donde inician la visita al parque. El horario de ingreso al parque es de lunes a domingo de 9 a 19 horas y el cierre del parque es a las 21 horas.

### **ZONA UNO – SECTOR FAMILIA**

La Zona 1 del Parque Caaguazú está diseñada para ofrecer una experiencia de disfrute familiar a los visitantes del predio. También comprende la zona de abastecimiento de



los proveedores externos del parque, que explotan los servicios de todo tipo que el parque ofrece. Esta zona de aprovisionamiento y depósito de proveedores tiene un acceso privado, con seguridad, y el almacenamiento de mercadería se da en ese predio para el aprovisionamiento inmediato

del parque, bajo un sistema de logística que permite trabajar con el mínimo stock posible.

Esta zona comprende:

En esta zona el visitante inicia su recorrido del parque. Al ingresar, el pasillo de comunicación le ofrece una vista excelente de la zona de playa bañada por la exclusiva pileta con olas

- Sector de aprovisionamiento y depósito de proveedores.
- Pasillos de circulación.
- Sector de playa y pileta familiar con olas artificiales.
- Sector de alojamiento diario en cabañas.
- Sector de circuitos de paseos pedestres y bicisendas.
- Sector R&D (recreación y descanso)
- Sector de baños y servicios.
- Bosque los Kaiowas

artificiales cuya extensión ya genera un estímulo inmediato de disfrutarla con los que le acompañan. Cada uno de los sectores que constituyen toda la zona tienen un propósito definido y ofrecen un atractivo o servicio dirigido al consumidor.

#### • **PROVEEDORES. DEPÓSITO Y APROVISIONAMIENTO.**

Utilizado como centro neurálgico de toda la logística de servicios del parque, cada proveedor posee un espacio para su propio manejo y abastecimiento. El ingreso es diferente del de los visitantes y empleados del parque, solamente ingresa personal de las empresas proveedoras de este y conlleva un exhaustivo control de seguridad. Se conecta con el pasillo de tránsito del parque y a través de ellos, con todos los puestos de servicio.

#### • **PASILLOS DE CIRCULACIÓN.**

Son los conectores naturales del parque. Su amplio espacio (todos tienen al menos 10 metros de ancho) los convierte en las rutas de vehículos y transeúntes. Bicicletas y otros medios utilizan sus propias sendas.

#### • **COMPLEJO YVÁGA GUIVE (PILETA & PLAYA).**

Su nombre significa **desde el cielo** en idioma guaraní y es el primer complejo con que se encuentra el visitante. Comprende una zona de playa con una extensión aproximada de 2.500 metros cuadrados con servicios de reposeras,



Las imágenes son ilustrativas. Fuente: <https://www.laolagroup.com/>

sombrillas y puestos de F&D (comida y bebida) que bordea a una pileta de similar extensión (tiene un máximo de 50 metros de largo) que posee un sistema de olas artificiales que constantemente barre la costa.

Esquemáticamente se puede apreciar en la figura 1, que ya incluye las cabañas por día y servicios y en la figura 2, la pileta disimulada con la playa que la circunda, lo que le da un aspecto único para los visitantes.



### **CABAÑAS DE ALOJAMIENTO DIARIO.**

Tienen la intención de brindar a ciertos visitantes la posibilidad de alojarse (durante toda la jornada), con un costo adicional, en pequeñas pero muy funcionales cabañas para 4 a 6 personas con amplios servicios en donde pueden almorzar, dormir una siesta, descansar con comodidad mientras los chicos se divierten. No pueden pernoctar en ellas, ya que deben ser desocupadas al momento del cierre del parque. Su servicio y control es tercerizado.

#### **● CIRCUITOS & PASEOS.**

En todas las zonas del parque, se encuentran disponibles sectores de paseo que comprenden:

- Senderos pedestres con temática histórica.
- Bicisendas simples.
- Circuitos para bicicletas.
- Circuitos para skaters & rollers.
- Sectores de descanso con mesas.

#### **● R&D. RECREACIÓN Y DESCANSO**

Concebido como un sector de paseo familiar, es una estructura similar a un pequeño shopping (abierto, con techos móviles) en donde se pueden encontrar los siguientes servicios/atractivos:

1. CENTRO DE INTERPRETACIÓN GUARANÍ. Es un recorrido audiovisual que sumerge al turista en la historia del pueblo guaraní, su cultura, la historia de la conquista, la organización regional, la provincia en general y la ciudad de Esquina, en particular. Está realizada en conjunto con la Dirección de Turismo municipal y el Ministerio de Turismo de la provincia, e incluye información sobre otros sitios y atractivos turísticos que el territorio provincial ofrece.

2. CENTRO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. Oficina para la atención integral de los clientes del parque, consultas, operatividad y necesidades de los clientes.

3. SUCURSAL DE BANCO. A través de un convenio con el Banco de la Provincia de Corrientes, pequeña sucursal utilizada como casa de cambio y cajeros.

4. TIENDA COMERCIAL (REGALOS, ACCESORIOS & SOUVENIRS). Casa (tercerizada) de regalos temáticos, accesorios varios y souvenirs relacionados con el parque.

5. TIENDA COMERCIAL (ROPA & CALZADOS – todas las edades). Casa (tercerizada) que ofrece prendas de vestir para adolescentes de estilo casual y deportivo, remeras, pantalones, etc. y calzados, relacionados con el parque.

#### ● BAÑOS Y SERVICIOS.

En todas las zonas del parque, se encuentran disponibles sectores de baños, vestidores, duchas y cambiadores para ambos sexos, un sector exclusivo para embarazadas y lactantes y kioscos con mercadería variada.

#### ● BOSQUE DE LOS KAIOWAS.

Siendo uno de los propósitos del parque el renovar la cultura ancestral guaraní, tan preciada y cercana a toda la provincia de Corrientes, la tribu Kaiowá pertenece a la cultura guaraní, es una de sus tres corrientes étnicas, extendida por Argentina, Paraguay, Bolivia y Brasil en donde hoy los kaiowás son el grupo indígena mayoritario. Este bosque está lleno de senderos temáticos, puestos o descansos con historia visual y recordatorios de la tradición de esta etnia mientras el visitante disfruta del contacto con la naturaleza.

### ZONA DOS – SECTOR INFANTIL



La Zona 2 del Parque Caaguazú está diseñada para ofrecer una experiencia a los acompañantes familiares por excelencia, esto es, los niños. Configurada como un parque dentro del parque, comprende un complejo de juegos acuáticos infantiles, con rango de edad no superior a 14 años, dos zonas naturales que lo rodean y un patio de comidas rápidas que terminan por coronar todo el circuito. Completan la zona, un imponente mirador en forma de torre, una zona de recorrido en bicicletas y senderos

Completan la zona, un imponente mirador en forma de torre, una zona de recorrido en bicicletas y senderos

pedestres, incluyendo una zona de servicios común a todas las zonas del parque.

### **COMPLEJO ÑANDÉ JAGUATA (Parque Infantil).**

Su nombre significa ***nosotros andamos juntos contigo*** en idioma guaraní y es el único parque, dentro del parque, que posee Caaguazú. En su composición se encuentran 4 piletas pequeñas de diferentes profundidades todas conectadas, juegos infantiles acuáticos como un barco pirata o un mangrullo temático, dos toboganes en torre



de baja altura, un racer acuático (tobogán para tirarse en colchonetas a gran velocidad) y una serie de elementos de descanso. En la imagen (ilustrativa) se puede observar la forma en que se disponen algunos de estos elementos y las piletas conectadas entre sí.

#### **● BOSQUE DE LOS TAPIETES.**

Continúa la temática del Bosque de los Kaiowas. Los Tapietes son una de las tres corrientes étnicas guaraníicas, extendidas por Argentina, Paraguay, Bolivia y Brasil.

Este bosque, al igual que el anterior, está lleno de senderos temáticos, puestos o descansos con historia visual y recordatorios de la tradición de esta etnia mientras el visitante disfruta del contacto con la naturaleza.

#### **● SENDERO DE LOS MBYÁS.**

Continúa la temática guaraníica del parque, pero ahora en forma de sendero, con un recorrido específico que narra, a través de elementos visuales, audibles y audiovisuales, la historia de la etnia de los Mbyás, una de las tres corrientes étnicas de los guaraníes, extendidas por Argentina, Paraguay, Bolivia y Brasil. Es el único sendero temático del parque.

#### **● BAÑOS Y SERVICIOS.**

Sector de baños, vestidores, duchas y cambiadores para ambos sexos, un sector exclusivo para embarazadas y lactantes y kioscos con mercadería variada. En esta zona, son dos sectores en total, ya que el Parque Infantil posee sus propios baños y vestidores.

#### **● PATIO DE COMIDAS.**

Sector de puestos, foodtrucks y locales de comida elegidos como socios estratégicos en función de que su principal segmento de clientes son los niños. El patio es central y los puestos de comida lo rodean con mesas y sillas de uso común.

● **BIKE & RUN.**

Zona de árboles, senderos y caminos irregulares para recorrer en bicicleta o a pie. El objetivo de este sector es ofrecer a los visitantes una extensa zona de descanso en donde pueden realizar una merienda, picnic o simplemente disfrutar un mate, mientras los chicos se divierten.

● **TORRE MIRADOR.**

Uno de los grandes atractivos de toda la zona es su naturaleza y el avistaje de aves. Es por eso por lo que el Parque Caaguazú incluye dentro de su oferta una torre de 15 metros de altura hecha en madera de alta calidad y resistencia, utilizada como mirador, provista de catalejos, miradores telescópicos y un telescopio nocturno. Posee un sistema de ascensores de carga para transportar a una persona con acompañante que desee subir, de uso similar a los utilizados en





construcciones en altura. Los que puedan, cuentan con escaleras y descansos especiales en donde se pueden apreciar las distintas secciones del parque, la naturaleza que lo rodea y el Río Corriente, que lo circunda. Esta torre sirve además de plataforma de anclaje para la tirolesa y el slackline, atractivos que se ofrecen en la zona contigua.

**ZONA TRES – JÓVENES & ADULTOS**

Las Zonas 3 y 4 del Parque Caaguazú están diseñadas con el propósito de brindar a los visitantes del segmento jóvenes & adultos, entre 15 y 45 años, experiencias apasionantes de alto contenido sensorial y emocional, a la vez que se



ofrecen espacios de recreación y descanso familiares y grupales en donde disfrutar, tanto en familia como con su grupo de amigos. Esta doble oferta está configurada en la disposición, arquitectura, infraestructura y servicios que acompañan a los distintos sectores de estas zonas. Ambas, las zonas 3 y 4 deben verse como un todo aun cuando se expliquen individualmente sus componentes.

Si se accede a la zona 3 desde la zona 1, al norte se accede al centro de distribución de tránsito (representado en la figura por el símbolo  que supone un conector entre los caminos exclusivos para el tránsito de los vehículos del parque, señalados en las figuras con líneas de color naranja  y por el sur, directamente a la zona de playa cercana al bar del complejo acuático de esta zona. Por el norte, los caminos conducen al Bosque Argentino y por el sur y centro al complejo acuático. Completan la zona, el sector de baños y servicios, presente en todo el parque, el patio de comidas de la zona 3 y la Plaza Central, núcleo medio de todo el complejo.

#### ● BOSQUE ARGENTINO.

Es el sector de bosques más extenso del parque. Sus casi 9.000 metros cuadrados de superficie permiten ofrecer a los visitantes una serie única de experiencias asociadas al descanso, la historia y la recreación. Al ingresar al bosque, el visitante encuentra senderos con temáticas naturales e historia de guaraníes, la ciudad, la provincia y toda la región. Estos senderos están rodeados de lugares de descanso, juegos en madera y un exclusivo sector de parrillas y quinchos al aire libre que poseen un sistema ígneo con seguridad para evitar incendios y los quinchos están equipados con mesas y sillones de madera. Todos estos servicios se alquilan y su uso está restringido a los usuarios que registren su alquiler. La incorporación de estos sectores no es fortuita y forma parte de la experiencia *all inclusive* que se pretende dar a los visitantes de mayor poder adquisitivo. Se debe destacar que los visitantes no traen su carne y realizan el fuego y la cocinan, sino que es parte de lo que el parque brinda como servicio exclusivo.

#### ● PARQUE ACUÁTICO YSYRY.

Su nombre significa **arroyo, corriente de agua** en idioma guaraní y si bien recibe el nombre de parque, es más bien un complejo de toboganes de estilo racer y helicoidales (como se ve en las imágenes ilustrativas de uno de nuestros proveedores, la empresa argentina Crucijuegos). Su diseño posee una pileta central y una serie de piletas más pequeñas y toboganes de baja y media altura dispuestos para el disfrute de los visitantes. En el sector de



la pileta central se encuentran disponibles todos los servicios de reposeras, sombrillas, sillas, mesas, etc.

#### ● POOL BAR YJERA.



Su nombre significa **remanso** en idioma guaraní y complementa el Parque Acuático Ysry que está



contiguo, aunque se puede acceder de manera autónoma. Un *pool bar* es una pileta, de dimensiones no muy extensas, en la

que se encuentra una barra de tragos y bebidas central que da origen al nombre. Su atractivo se basa en la concentración de grupos de personas disfrutando de música y bebidas. También hay espectáculos al aire libre en una zona común, reposeras, sillas y todos los servicios. Se debe destacar que los tragos son siempre sin alcohol, ya que el mismo se encuentra prohibido en todo el parque por cuestiones de seguridad. Existen tragos incluidos en algunos de los pases que se venden y que se retiran en este bar.

#### ● BAÑOS Y SERVICIOS.

Sector similar a los que se encuentran en otras zonas.

#### ● PATIO DE COMIDAS.

Sector similar al de otras zonas pero dirigido al segmento de clientes jóvenes y adultos. El patio es central y los puestos de comida lo rodean con mesas y sillas de uso común.

#### ● PLAZA CENTRAL.

Centro neurálgico del parque. Incluye oficinas de atención al cliente, un centro de enfermería con móviles de respuesta rápida, pantalla gigante, recorrido virtual del parque y servicios al turista.

## ZONA CUATRO – JÓVENES & ADULTOS



Zona que complementa la doble oferta configurada juntamente con la zona 3 del parque. Ambas, las zonas 3 y 4 deben verse como un todo.

Si se accede a la zona 4 desde la zona 2, al norte se accede al Patio de Comidas y por el sur, al sector de senderos y *biking*,

en donde, en altura, se encuentran la tirolesa y el *slackline*. Si se accede por el norte, a través de la zona 3, los visitantes se encuentran con los dos complejos disponibles de esta zona del parque y sus servicios asociados. Al oeste, la zona se comunica con la zona 6.

La Zona 4 sigue el mismo propósito que la anterior, con la que forma un solo conjunto, teniendo servicios y atractores dirigidos a un público joven y adulto no mayor a 45 años.

### ● COMPLEJO YTORORÕ.

Su nombre significa **cascada, agua atronadora** en idioma guaraní y comprende una pileta central de gran tamaño rodeada por estructuras de toboganes de diferentes tipos tal como muestra la figura 3 (ilustrativa a tal efecto). Es uno de los complejos más extensos del parque, junto a su par similar de la misma



zona.



Sus casi 7.000 metros cuadrados de superficie permiten ofrecer a los visitantes una serie única de experiencias de vértigo acuático a la vez que ofrece un bar, que se encuentra fusionado al mismo complejo y una zona de cabañas de alojamiento diario similares a las que se encuentran en el primer complejo de piscina con olas, de la zona 1, como se aprecia en la figura 4. Al ingresar al complejo, el visitante encuentra todos los servicios asociados a las piletas y la zona de bar contigua, lo que le

permite, si lo desea, quedarse de manera permanente en esta zona, incluyendo, por supuesto, las cabañas por día.

#### ● **COMPLEJO YJERE.**

Su nombre significa *remanso, bahía* en idioma guaraní y constituye el complejo de descanso de todo el parque. Su diseño incluye un bosque aledaño en donde se encuentran servicios de descanso, pequeños spas, masajes y todo lo necesario para que el estrés sea cosa del olvido. Posee una pileta central rodeada de servicios dispuestos para



el disfrute de los visitantes, que incluyen reposeras, sombrillas, sillas, mesas, pérgolas de descanso, hamacas, etc. Al igual que el complejo anterior su enorme dimensión, unos 7.000 metros cuadrados, se aprovecha en los servicios que brinda a los visitantes que, mientras otros disfrutan del vértigo, desean descansar y relajarse.

#### ● **PATIO DE COMIDAS FIT.**

Al lado del Complejo YJERE, este sector es exclusivo de puestos, foodtrucks y locales de comida de tipo saludable, elegidos como socios estratégicos con el objetivo principal de ofrecer al segmento de clientes jóvenes y adultos, una opción diferente. El patio es central y los puestos de comida lo rodean con mesas y sillas de uso común.

#### ● **BAÑOS Y SERVICIOS.**

Sector similar a los que se encuentran en otras zonas.

#### ● **TIROLESA / SLACKLINE.**

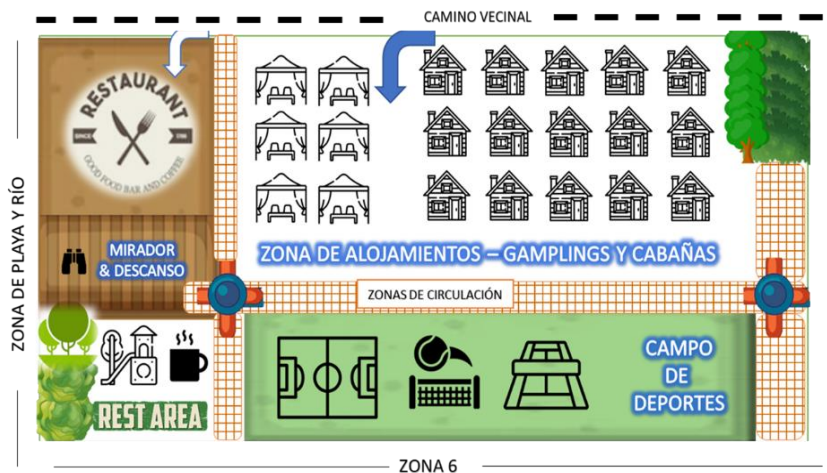
Utilizando la Torre Mirador como plataforma de lanzamiento y los árboles como punto de llegada, se ofrece la tirolesa, siempre bienvenida para los amantes del vértigo y la emoción, con un recorrido total de unos 80 metros a una altura promedio de 12 metros y una caída de 3 metros a la llegada final. En la plataforma de llegada, además se ofrece un recorrido de Slackline, conocido en español como "cinta tensa", que es un deporte de equilibrio en el que se usa una cinta que se engancha entre dos puntos de anclaje, en este caso, entre árboles, finalizando con una serie de obstáculos que se enfrentan hasta bajar al nivel del suelo. El

recorrido total es de unos 80 metros hasta llegar a la meta. Todos poseen seguridad y existen desafíos por grupos o individuales con premios.

### ● SENDEROS & BIKING.

Sector de terreno modificado artificialmente para ofrecer caminatas en senderos temáticos y desafíos en bicicleta, para los amantes de este deporte. Existen competencias y desafíos por tiempo con premios. En los senderos, hay lugares de juegos.

### ZONA CINCO – REST & FOOD



La zona 5 es concebida como el lugar disponible para el alojamiento y la comida de alta cocina del parque. En esta zona, se disponen cabañas de tipo alpino para 4 personas y *glampings* geodésicos para un máximo de 6 personas, en donde los

visitantes que adquieren el pase *all inclusive* o *premium* pueden pernoctar y recibir servicios exclusivos por fuera de lo que se considera lo básico del parque, como ser, actividades deportivas, zonas exclusivas de mirador y descanso y un menú buffet exclusivo del restaurante. El propósito de esta zona es estimular al visitante a que, dada la magnitud del parque y la imposibilidad de disfrutarlo en una sola jornada, se genere el deseo de vacacionar directamente en el parque como destino elegido en sí mismo.

El acceso a la zona, a través de la zona 3, contigua, es restringido por la lectura de un código QR que verifica el tipo de pase que contrata el turista, lo mismo que si ingresa desde la zona 6. Sin embargo, como esta zona puede ser contratada desde la web del parque, posee una entrada particular al predio a través del camino vecinal, pudiendo aparcar el auto en la cabaña o el *glamping* elegidos para sus vacaciones. Esta entrada es exclusiva y posee seguridad propia. De igual forma tiene una entrada particular el restaurante del parque, el cual, como es tercerizado, puede ofrecer servicios más allá del horario de apertura y cierre del parque.

Debe recordarse, una vez, más que, si bien el parque se diseña en zonas y etapas de construcción, debe verse en conjunto como un todo que se ofrece al turista o visitante.

### ● ALOJAMIENTO.

Comprende un poco más de 8.000 metros cuadrados de cabañas y *gamplings* (domos geodésicos de bajo impacto ambiental, equipados con todo el confort posible) que ofrecen al visitante su servicio de alojamiento semejante a un hotel (lugares de 20 a 40 mt<sup>2</sup> de extensión, climatizados, wifi, caja fuerte, minibar, camas individuales y matrimoniales, televisión satelital, baño privado, agua caliente y artículos para baño). La capacidad máxima es de unos 360 a 400 pasajeros distribuidos en 70 cabañas y 20 *gamplings*.

#### ● CAMPO DE DEPORTES.

Con una superficie cercana a los 4.000 metros cuadrados de extensión, este sector, ofrece a los visitantes la posibilidad de compartir con amigos y familia de una serie de deportes individuales y de conjunto que suman atractores al parque. Para acceder a este sector se debe escanear un código QR que verifica el pago del acceso correspondiente o realiza el mismo.

#### ● ÁREA COMÚN DE DESCANSO (REST AREA)

¿Qué mejor que disfrutar el atardecer con una buena merienda en un lugar ideal? Este es el concepto de este sector. Un exclusivo restó de bebidas frías y calientes, acompañados de buffets de tortas, sándwiches y gastronomía local. Todo en un sector diseñado y decorado a tal efecto.

#### ● MIRADOR Y DESCANSO.

Sector similar al anterior pero exclusivo del restaurante, diseñado para las meriendas ofrecidas del mismo en un sector VIP.

#### ● RESTAURANTE YPEGUA.

Su nombre significa ***acuático, del agua*** en idioma guaraní. Sector similar al anterior pero exclusivo del restaurante, diseñado para las meriendas ofrecidas del mismo en un sector VIP. Está concebido como restaurante de estilo buffet para los visitantes del parque (aquellos que adquieren el pase *premium all inclusive*, y a la carta para los que visitan el restaurante de manera particular. Su entrada es doble, por el parque y a través del camino vecinal y so horario se extiende más allá del horario operativo del parque, ofreciendo una alternativa gastronómica más para el turista.



FIGURA 6 imagen ilustrativa.  
Fuente: <https://isaba.com/>

## ZONA SEIS – WHIRLZONE



La zona 6 es la estrella del parque Caaguazú, la que posee el conjunto más importante de toboganes, torres, rulos, multicarriles, helicoidales y racers de todo el parque. El ingreso se realiza a través de los pasillos de comunicación y

existe una plataforma que eleva en altura a las personas con discapacidad motriz a fin de alcanzar la primera torre, puesto que todo el conjunto se encuentra enlazado desde arriba, es decir, que una vez que se sube, el visitante puede lanzarse desde cualquiera de los juegos. Estos ascensores se encuentran dispuestos en la zona de entrada al patio de comidas, en el extremo este, en la zona de mirador y descanso, del extremo oeste y al lado de los servicios y baños del lado norte. Una vez que se accede a la plataforma de salto, el acceso a cada tobogán es individual a través de pasillos flotantes que comunican todo el complejo. Cada salto está asociado a una pileta como se puede apreciar en la figura 7.



El complejo está ubicado contiguo al patio de comidas mas importante del parque, el de mayor extensión y que posee todos los servicios al estilo eat&go (come y sale) por la rapidez con que se sirven y el tipo de comida y snacks que suponen.

Por último la zona se completa con la continuación del área común de descanso que proviene del sector 5, un mirador y descanso que acompañan a la marina del parque, que es el puerto desde donde se ofrecen los servicios de navegación y juegos acuáticos en el río y arroyos circundantes, así como, desde donde parten las excursiones de pesca y recreación.

### ● **COMPLEJO CAAGUAZÚ.**

Es el complejo de atractivos más extenso y voluminoso del parque y el que corona por excelencia su oferta de entretenimiento y diversión. En sus casi 12.000 metros cuadrados de

extensión se levantan 14 juegos o grupos de juegos, entre toboganes, torres de caída, rulos, estructuras multicarril, helicoidales y racers, incluyendo juegos específicos de agua y recorridos temáticos en caída. En este sector finaliza el canal acuático que recorre el parque en balsa y tiene las piletas intercomunicadas a fin de que se puedan desplazar por todas, tanto por arriba como por el agua.

#### ● **PATIO DE COMIDAS CAAGUAZÚ.**

Es el más grande del parque, con mayor capacidad de asientos. Ofrece una versión de cada uno de los puestos que se encuentran a lo largo del parque, pero puestos en el sector de mayor concurrencia. Como en todos los demás, posee un patio central y los puestos de comida lo rodean con mesas y sillas de uso común.

#### ● **ÁREA COMÚN DE DESCANSO (REST AREA)**

Continuación del exclusivo restó de bebidas frías y calientes, acompañados de buffets de tortas, sándwiches y gastronomía local que proviene de la zona 5.

#### ● **MARINA Y PUERTO.**

Como lo indica su nombre, es un puerto construido en madera a la vera del arroyo que bordea al parque con salida al río Corriente, desde donde se practican juegos acuáticos, kayak y parten los servicios de pesca y recorrido por el río.

#### ● **MIRADOR Y DESCANSO DE MARINA.**

Sector similar al de la zona 5 pero exclusivo de la marina. No posee servicio, solamente brinda la posibilidad de acompañar a los que realizan juegos acuáticos o esperar a los que parten en embarcaciones.

### **OTROS SERVICIOS**

Dentro de los servicios que ofrece el Parque Caaguazú se deben mencionar aquellos que no están contemplados en lugares específicos, sino que se prestan u ofrecen de acuerdo con su necesidad y/o lugar de aplicación. Ellos son:

1. *Reposeras y sombrillas* (en donde se puedan hacer uso de estas)
2. *Canal de paseo.* Recorre toda la extensión del parque, desde el inicio y ubicado por debajo del nivel del parque, como si fuera un desagüe, pero abierto. Su acceso se obtiene según el pase que se adquiera y su recorrido se realiza en balsas o gomones individuales o de hasta 4 personas.

3. *Carritos de transporte.* Utilizados para el traslado de los visitantes, recorren de manera permanente el parque, cada cierto tiempo, simulando ser pequeños “colectivos urbanos” gratuitos. Sus motores son eléctricos y alimentados por energía solar, a través de baterías.

4. *Elementos recreativos.* En el parque se pueden alquilar todo tipo de elementos recreativos de uso personal o grupal, como bicicletas, rollers, paseos en kayaks, pelotas, paletas, raquetas, etc. Su uso se restringe al lugar en donde se utiliza.

5. *Elementos de uso general.* Existen casilleros (lockers) distribuidos por todo el parque en donde se pueden guardar los elementos personales que se deseen y recuperarlos al momento del egreso del parque. Una vez activados (por QR) quedan asociados a un teléfono o persona y tienen alarma para evitar el olvido de las pertenencias depositadas.

6. *Bolsas impermeables.* Se entregan incluidas en el pase más exclusivo del parque. Permiten resguardar los elementos personales y tienen un chip de seguridad asociado a cada persona a la que se le entrega.

7. *Cámaras.* En el parque, la experiencia debe ser total, por lo que, a partir de cierto tipo de entrada o pase, se permite el alquiler de cámaras que permiten registrar todo lo vivido ese día. Esta experiencia incluye el acceso a la plataforma web (previa inscripción o registro) para la descarga del material.

### **NIVELES DE PRESTACIÓN**

En cuanto a los servicios, el Parque Caaguazú ofrece al visitante tres niveles de prestaciones y un nivel extra para aquellos que desean vivir una experiencia total del parque disfrutándolo plenamente. Cada nivel de prestación se conoce como pase y establece los servicios y atracciones disponibles en todo el parque, a los que accede el consumidor. A su vez, una mirada rápida de los servicios incluidos permite visualizar la totalidad de la oferta del parque. Para describirlo, se adoptan como disponibles todos los atractivos de este y por persona.

#### **PASE ESTÁNDAR.**

Señalizado con el color amarillo (uno de los identificadores del logo del parque), en pulseras e identificadores, es el servicio básico del parque.

1. Permite el acceso a todos los servicios y atracciones del parque de manera ilimitada.
2. Incluye el uso de instalaciones (baños, vestidores, duchas, etc.) y elementos de uso común (reposeras, mesadas fijas, sillas y mesas, sombrillas, etc.)
3. Uso de carros de transporte comunes.
4. No incluye comidas y bebidas.



5. No incluye elementos y servicios anexos y conexos, como alquiler de lockers, bicicletas, rollers, juegos de mesa, paletas, pelotas, tirolesa, slackline, kayaks, etc.

6. No incluye acceso al campo de deportes o alojamientos.

7. Las personas con algún tipo de discapacidad permanente tienen este pase de forma gratuita y el acceso a los elementos de uso especial que ofrece el parque.

#### PASE PREMIUM.

Señalizado con el color celeste (uno de los identificadores del logo del parque), en pulseras e identificadores, es el servicio especializado del parque.

1. Permite todos los servicios y atracciones del PASE ESTÁNDAR, más:
2. 1 (UN) recorrido por CANAL (interno) de todo el parque.
3. 1 (UN) COMBO de comida y bebida (a elección) a retirar en cualquier local de los diferentes patios de comida del parque.
4. 1 (UN) pase (a elección) para: TIROLESA o SLACKLINE o KAYAK.
5. Acceso (requiere registro) a la GALERÍA de fotos y videos del parque y descargar de hasta 10 (diez) imágenes o videos a elección.
6. Uso de 1 (UN) LOCKER (casillero) por grupo familiar sin cargo.
7. Permite el alquiler de 1 (UNA) cámara por grupo.

#### PASE CAAGUAZÚ.

Señalizado con el color celeste (uno de los identificadores del logo del parque), en pulseras e identificadores, es el servicio más completo del parque.

1. Permite todos los servicios y atracciones del PASE PREMIUM, más:
2. 1 (UNA) entrada al Restaurante YPEGUA, con servicio de buffet y una bebida incluida.
3. Pase LIBRE en: TIROLESA o SLACKLINE o KAYAK.
4. USO de bicicletas, rollers, juegos de mesa, paletas, pelotas, en hasta 3 (tres) ocasiones sin cargo (a elección).
5. Incluye, a elección del visitante, 1 (UN) Servicio de Merienda en sector VIP o 1 (UNA) salida de PESCA con guía (incluye caña y elementos, con cargo si se dañan).

#### PASE CAAGUAZÚ ALL INCLUSIVE.

Señalizado con el color negro, en pulseras e identificadores.

1. Permite todos los servicios y atracciones del PASE CAAGUAZÚ, más:
2. Alojamiento incluido en Cabañas o Glampings (de la elección depende el costo) por noche.
3. Pase y uso LIBRE de todos los servicios y elementos del parque.

4. 1 (UNA) salida de PESCA con guía (incluye caña y elementos, con cargo si se dañan)
5. 1 (UN) Servicio de Merienda en sector VIP.
6. Tenedor libre (no incluye bebidas) en el Restaurante YPEGUA.

### **TEMAS RELEVANTES DEL PRODUCTO.**

#### **DEL CONCEPTO DEL PARQUE**

El concepto del Parque Caaguazú no es solamente un parque acuático tradicional sino una mezcla de un parque temático, un parque natural y un parque acuático, todos reunidos en un solo lugar, incluyendo alojamiento y una experiencia gastronómica y cultural inigualable. Por eso el Parque Caaguazú es integral, porque amalgama todas esas opciones para el deleite del turista. Es por ello por lo que el Parque Caaguazú se enmarca en lo que se conoce como turismo de parques temáticos, con la variante acuática y accesible.

ANTON CLAVÉ (2015) señala que un parque temático es entendido como un conjunto de atracciones y espacios para el ocio, entretenimiento, educación y cultura organizados en torno a un tema específico, siendo microcosmos con características particulares que lo diferencian de otros parques. Para el autor, "...lo importante es que estén asociados a un tema que genere interés y que este tema permita una buena puesta en escena para que el parque pueda convertirse en un verdadero sitio de entretenimiento". Este tipo de lugares puede comprender múltiples modelos de tematización; entre estos, local, natural, mundo fantástico, global, patrimonial, científico, tecnológico.

SECALL (2001) por su parte, señala que "...en cualquier caso hay que resaltar la homogeneidad de todo el producto turístico «parque temático» en torno al tema central o a los temas sobre los que gira. Integración global que se manifiesta en: a) Una integración arquitectónica; b) Una integración medioambiental; c) Una integración cultural; d) Una integración folklórica y e) Una integración gastronómica."

El Parque Caaguazú reúne las condiciones para ser un parque temático por la abundante cantidad de historias, costumbres, gastronomía e imágenes que presenta sobre la temática guaraní y su vínculo con la provincia de Corrientes y la ciudad de Esquina, sobre la que también hay elementos relacionados con ella. Sumándole a esto, los atractivos recreativos, de entretenimiento, de paseo y descanso, de relax y todo el entorno acuático y natural, lo convierten en un parque acuático integral.

De igual manera, SECALL (2001) señala que "...la necesidad de atracción de grandes volúmenes de visitantes para poder rentabilizar las grandes inversiones que requiere la puesta

en marcha...”, para el autor, “...le añade una exigencia básica que es la accesibilidad.” Esta accesibilidad se da en una dimensión económica, con entradas que no superen la expectativa de pago de los consumidores potenciales; en lo psicosocial, que “...sea capaz de abarcar todas las dimensiones actuales del ocio (lúdica, recreativa, festiva, ecológica y solidaria) y, por consiguiente, a todos los grupos etarios...”; y, por último, en lo físico, en una dimensión interior para eliminar las barreras que puedan ser un impedimento para la integración de cualquier tipo de visitante, y en lo exterior, para facilitar el acceso al recinto del parque temático a las grandes masas de visitantes que se precisan para rentabilizar la cuantiosa inversión que supone el mismo parque.

Por último, y no menos importante, el parque se introduce de lleno en el turismo accesible, brindando una experiencia única en su tipo, en todo el país, para personas con discapacidad. Según el portal de turismo accesible ([www.turismoaccesible.com.ar](http://www.turismoaccesible.com.ar) 2021) en los últimos años, es una de las áreas de mayor crecimiento en el ámbito de los servicios turísticos. La OMT (2014) sostiene que el diseño para la accesibilidad universal fue clave en la comunidad internacional a la hora de comprender la cadena de accesibilidad en el turismo, la repercusión económica del turismo accesible y los pasos que hay que seguir para crear destinos accesibles de acuerdo con los principios del diseño para todos, tanto a nivel de la concienciación, como a nivel de conocimiento técnico y desarrollo empresarial sujetos a los principios del turismo sostenible, responsable y accesible a todos. En los últimos veinte años, afirma Alejandro López (2020), fundador de la Red de Turismo Accesible (RTA) de Argentina, la oferta de turismo accesible creció significativamente en la Argentina, señalando que es necesario brindar servicios turísticos accesibles, ya que una persona con discapacidad elige un destino turístico por sus atractivos y por ello tiene el derecho a recorrerlo y disfrutarlo plenamente.

Este proyecto es importante para un destino como Esquina porque supone, en principio, una nueva modalidad de turismo en la región ya que no hay ningún otro complejo turístico de esta envergadura en la misma. Suplementa al destino en su oferta tradicional, sumándole un nuevo atractivo que aprovecha los recursos naturales y visuales convirtiéndolos en una nueva oferta turística que prioriza su relación con el medio ambiente junto con acciones relacionadas con la cultura y la inclusión. El parque, además, brinda, una oferta de alojamiento y servicios para aumentar la estadía del pasajero, a la vez que promueve, desde su misma administración y explotación, un turismo sostenible y sustentable.

Es transcendental el papel que juega el Estado, en todos sus niveles, municipal, provincial y nacional, en la búsqueda de un proyecto que genere puestos de trabajo genuinos y movimiento de divisas a todo nivel. Sin estos protagonistas, el proyecto, por su dimensión,

sería muy difícil de concretar. Pero, desde el principio, se entendió que este proyecto busca ofrecer una alternativa de alta calidad frente al nuevo escenario turístico caracterizado por ser más dinámico y competitivo, con una demanda turística que es cada vez más exigente, segmentada y cambiante. En este contexto, solamente se puede diversificar y especializarse, generan innovadoras formas de hacer turismo para no quedar fuera del mercado.

### **CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS**

Por supuesto que un proyecto de estas características supone una serie de beneficios, de toda índole, que impactan sobre la localidad cercana y, en menor medida, sobre toda la provincia y el país. Siendo Corrientes una provincia internacionalmente conocida por sus aguas, tanto las de los ríos Paraná y Uruguay, por sus costas, playas y pesca, como por los Esteros del Iberá y su selecta demanda, no es de extrañar que un Parque Acuático se convierta en un desarrollo potente de su oferta turística.

### **CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES**

- Diseño innovador del parque, tanto en su arquitectura como en su concepto integral.
- Accesibilidad y universalidad.
- Entretenimiento y servicios de alta calidad.
- Dimensión y disposición únicas en el mercado.
- Único en su clase en toda Latinoamérica.
- Amplía la oferta turística y de servicios de toda la provincia.
- Genera empleos genuinos y mayor desarrollo económico en la región.
- Temática cultural y gastronómica que realza los valores autóctonos y el patrimonio.
- Amigable con el ambiente por su bajo impacto y su concepto de sustentabilidad y sostenibilidad que incluye aspectos energéticos, operacionales, logísticos y residuales.

### **POLÍTICA DE PRECIOS.**

#### **ESTRUCTURA DE COSTOS**

Atento a la planificación escalar del parque y la complejidad de los costos que se van incorporando a medida que se inauguran y ponen en marcha las zonas de este, los servicios tercerizados y el manejo de todas estas variables, no se avanzará en este aspecto.

Debido a ello, y para unificar los criterios de la política de precios del parque, se presentan los costos operacionales de la totalidad del funcionamiento de este.

<b>COSTOS OPERATIVOS</b>
<b>COSTOS DE PERSONAL &amp; CARGAS SOCIALES</b>
<b>CONSUMO ELECTRICO</b>
<b>CONSUMO DE AGUA</b>
<b>INSUMOS P/ENERGIA RENOVABLE PANELES – MANTENIMIENTO Y REPOSICIÓN</b>
<b>COSTOS DE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURA</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS DE FUNCIONAMIENTO (OFICINA/INSUMOS/ETC.)</b>
<b>SEGUROS – ART - COSTOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD</b>
<b>COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN (MARKETING &amp; PUBLICIDAD)</b>
<b>GASTOS DE REPRESENTACIÓN Y ACCIONES DE CONTACTO INSTITUCIONAL</b>
<b>OTROS GASTOS OPERATIVOS</b>

### FIJACIÓN DE PRECIOS

La política de precio del establecimiento cumple con dos premisas básicas. Por un lado, permite alcanzar los requisitos financieros de la organización, garantizando su funcionamiento y la rentabilidad que el proyecto demanda en sus objetivos, y, por el otro, permite cumplir con los criterios de accesibilidad económica que se pregona como parte de la filosofía del parque.

Para ello, se configuran 4 (cuatro) tipos de entradas o pases que son los distintos valores de ingreso que tendrá la organización, identificados con colores. Cada uno de ellos tiene un valor particular, expresado en dólares (criterio TURISTA, en función de nuestra política económica actual), y comprende diversos servicios/productos del parque. Los precios indicados son por día/persona.

TIPO DE PASE Y VALOR POR PERSONA POR DÍA	REFERENCIA U\$S	\$ 470,00	
	Tipo Pase	Entrada Diaria	U\$S
<b>PASE AMARILLO</b>	ESTÁNDAR	\$ 2.820,00	6
<b>PASE AZUL</b>	PREMIUM	\$ 4.700,00	10
<b>PASE VERDE</b>	CAAGUAZÚ	\$ 14.100,00	30
<b>ALL BLACK</b>	ALL INCLUSIVE	\$ 28.200,00	60
<b>DESCUENTO GENERAL POR 4 O MÁS PASES: 25% (Uno no paga de cada cuatro)</b>			
<b>DESCUENTOS A RESIDENTES Y PRECIOS ESPECIALES</b>			
Residentes locales (Esquina)	70% Estándar / 40 % Premium		
Residentes Prov. Corrientes	50% Estándar / 25 % Premium		
Residentes del país (otras)	30% Estándar (más de 3 pases) 50% Premium (más de 3 pases)		
Personas con discapacidad	SIN CARGO (PASE ESTÁNDAR)		
Acompañante (certificado) – Uno por persona	50% descuento (PASE ESTÁNDAR)		
Establecimientos educativos	Pase Estándar + Refrigerio + Souvenir del parque de regalo		

Como se puede apreciar, los valores del precio estarán anclados o sujetos al valor dólar de manera tal de ofrecer a turistas internacionales un precio de referencia estable. En cuanto al mercado nacional, los precios se ven ajustados siempre a promociones, que comprenden los descuentos clásicos que la amplia mayoría de parques ofrece a sus visitantes. En este sentido, el público local (residente en el departamento de Esquina) tendrá un 70% de descuento en el valor de sus entradas estándar y un 40% de descuento en el pase premium. El público residente en la provincia de Corrientes, un 50% y 25% de descuento respectivamente. Los visitantes de otras partes del país tendrán un descuento del 30% si adquieren 3 o más pases estándar y del 50% si adquieren 3 o más del premium. En cuanto a los pases de mayor valor, la diferencia estará en servicios, beneficios y productos exclusivos que se ofrecen con la entrada misma.

En cuanto a la comparativa con otros precios de referencia, debe tenerse en cuenta que el Parque Acuático más cercano, de la ciudad de Federación, provincia de Entre Ríos, tiene una entrada general a \$ 2.500 con un horario de operación de 8 a 20, los juegos abren a las 11 de la mañana y la extensión es 4 veces menor que el Parque Caaguazú, sin contar las enormes diferencias en servicios y prestaciones. De igual forma, tomando como referencia el alojamiento, el pase All Inclusive del parque es similar al costo de alojamiento en la ciudad de Esquina sin contar con los servicios y prestaciones incluidos en el Parque, por lo que el tarifario es bastante lógico y accesible.

Las personas con discapacidad no abonan ningún tipo de entrada y poseen el pase a todos los juegos del parque, no así servicios de bebida o comida incluidos. Los acompañantes pagan la entrada según la tarifa que deseen abonar.

Un aspecto que debe mencionarse es que al momento del ingreso se asocian dos factores de seguridad y consumo con los clientes. En primer lugar, con los datos del cliente que realiza el pago (y se convierte en referente económico de los gastos) se asocia un código QR único que se exhibirá como mecanismo de pago en cualquier lugar del parque. La lectura de ese código por parte de los puestos comerciales, de cualquier naturaleza, y la huella digital, o código telefónico de confirmación serán suficientes para debitar, por débito o crédito, el monto de la operación. En segundo lugar, cada visitante recibe una Pulsera Programable en frecuencia de 125Khz que permite la ubicación en todo el predio del que la posee, tiene una alarma por

olvido de objetos en el LOCKER (que se activa por medio de la misma pulsera) y está asociada a la persona que se hace responsable durante la visita al parque.

### ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

Este proyecto sufre los vaivenes de estacionalidad de la demanda. A su vez, un factor positivo para afrontar esta circunstancia es el clima de la zona. Generalmente en Esquina, los veranos son cálidos y lluviosos, aunque debido al fenómeno de La Niña toda la provincia experimenta menos lluvias; los inviernos son frescos y está parcialmente nublado durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 9 °C a 32 °C y rara vez baja a menos de 3 °C o sube a más de 36 °C. este clima templado posibilita un mejor manejo de la estacionalidad respecto de las ofertas del parque. Aun así, los meses más fuertes, de mayor afluencia de público, deben ser capaces de sostener la mínima operatividad del resto del año, logrando además comercializar zonas del parque durante las estaciones de menor afluencia de público.



Fuente: Mercado Libre

Para ello, se ponen en juego dos estrategias o políticas de acción.

#### **1. Programa de Operación Mínima.**

Establecido para los meses de mayo-agosto, implica el pase de la mayor parte de la planta de operarios del parque a situación de pausa en donde se abonará el 50% del valor de cada sueldo con el consiguiente ahorro estructural afectando al flujo de fondos anual de todo el proyecto. Este acuerdo se encuentra establecido en la contratación de cada empleado, debido al sistema empleado en su contratación (contrato por temporada).

#### **2. Programa de Servicios Temporales.**

Los servicios que se encuentran habilitados durante el período de Operación Mínima son:

- Bosques y Senderos de temática guaraní. Como poseen espacios destinados al descanso y el disfrute de lo natural, se ofrecen estos recorridos con ofertas de almuerzo o picnic, estimulando la demanda en períodos en que no se habilitan los juegos acuáticos.
- Parrillas y quinchos del Bosque Argentino. Se ofrecen en alquiler los quinchos y parrillas de forma tal de que una familia pueda disfrutar de un asado como en casa pero en un lugar acogedor y natural.

- También se encuentran habilitadas las cabañas y glampings con los servicios de cancha de deportes, restaurante (que funciona todo el año) y las áreas de descanso con servicios de comida y bebida.
- En la zona 2 del parque y su conexas la zona 5, se ofrecen el Mirador, la tirolesa, el slackline y los senderos de biking, running y caminata que ahora están con mayor disponibilidad por la afluencia de público.
- Se ofrecen también visitas guiadas con servicios incluidos para colegios, sindicatos, ONG's, etc.
- Se prevé una concurrencia promedio de 10 familias diarias (40 personas) teniendo en cuenta el factor clima descrito anteriormente y los servicios ofrecidos, totalizando unas 1.200 personas al mes en este período.

### POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

La comunicación del Parque Caaguazú se divide en dos grandes segmentos de operación:

- EXTERNA: aquella que pretende alcanzar a los prospectos y convencerlos de las ventajas y bondades del establecimiento, con el propósito de atraerlos y que lo visiten.
- INTERNA: aquella que pretende posicionar el nombre y los atributos del parque en el consumidor, invitándolo a visitarlo nuevamente y aprovechando al máximo los puntos de contacto con este a fin de fidelizarlo.

### COMUNICACIÓN EXTERNA

#### OBJETIVOS

- Alcanzar a los segmentos meta y complementarios del proyecto, logrando que conozcan los atributos, atractivos y servicios que ofrece el Parque Caaguazú, su ubicación, formas de llegar y tarifas.
- Alcanzar a los intermediarios de comercialización del parque, brindándoles mayores herramientas para la venta de este.
- Presentar el parque en medios electrónicos, permitiendo su comercialización directa.

#### MEDIOS Y CANALES DE DIFUSIÓN.

- **Canales tradicionales:**
  - Televisión: debido a que el proyecto es una inversión público-privada, se contará con los medios tradicionales de prensa del estado, quienes por su modus operandi propio darán difusión al proyecto y sus características.



- **Radio:** en concordancia con lo expuesto anteriormente el aprovechamiento de los medios de propaganda pública permitirá realizar entrevistas, y comunicar novedades y avances del proyecto, así como su puesta en marcha.
- **Diarios:** a este medio se le suma la posibilidad de incorporar imágenes del proyecto en su diseño y las ofertas que suponen la puesta en marcha de este.

En diarios, como ejemplo de lo anterior, se utilizará un formato gráfico similar al de un afiche, con mención de los atributos que queremos distinguir, resultando las siguientes piezas



Montaje de gráfica en diario



Ejemplo de afiches y placas base para publicaciones en web

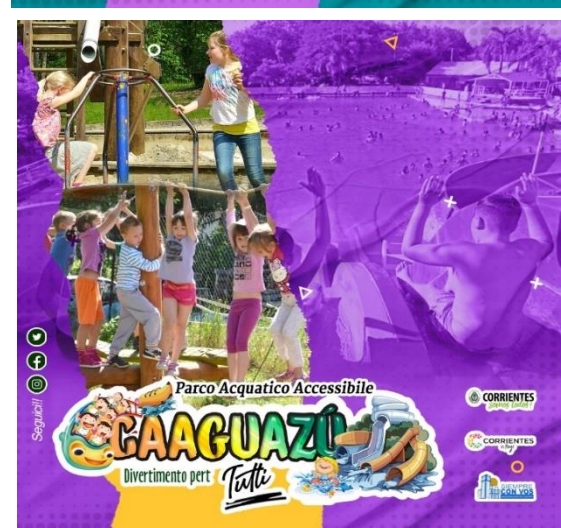
- **Inauguración:** se realizará un evento de grandes proporciones al cual se invitarán autoridades de índole local, provincial y nacional con la correspondiente presencia de medios tradicionales y electrónicos. Para el evento, y a fin de mostrar las

características del complejo, se abrirán las puertas, sin cargo, durante una semana, para público local. Durante este tiempo se iniciarán las filmaciones y registros que permitirán realizar publicidades e imágenes para posteriores campañas.

- **Redes Sociales:** utilizadas como base de la comunicación externa, las principales redes son Facebook, Instagram y WhatsApp, teniendo además una versión del WhatsApp Business conectada con la página web del parque. Las redes sociales se utilizan con la temática de mostrar atributos y experiencias de otros visitantes, compartir reels, historias, realizar encuestas en línea e incluso transmitir determinados eventos en línea. También se realiza publicidad paga, se entregan premios por seguidores, sorteos semanales y mensuales y todo tipo de promociones. Es importante destacar que, en el caso de las redes sociales, con la intención de alcanzar a los objetivos internacionales específicos, se utilizarán cuentas similares en diferentes idiomas (portugués, francés, italiano, alemán e inglés).

En el caso de las redes, se utilizarán placas base, que permitan la comunicación en diferentes idiomas. Se presentan como ejemplos:

Ejemplos de placas base para redes en distintos idiomas



- **Página Web:** el sitio del Parque Caaguazú ([www.parquecaaguazu.tur.ar](http://www.parquecaaguazu.tur.ar)) es el corazón de la relación con los clientes. Todo se realiza a través de la web, desde la contratación de pases y pagos, hasta el registro, descuentos y accesos a la biblioteca digital del parque. El sitio está diseñado con un concepto minimalista que le permite ser responsivo, tener una rápida carga y mostrar todo lo que tiene el parque. Las acciones publicitarias deben generar tráfico hacia el sitio. Consta de un rotador de imágenes centralizado en donde se proyectan las imágenes del parque y su distribución, así como fotos que pretenden estimular el deseo de visitarlo. El sitio web se presenta en tres idiomas: español, portugués e inglés. Esquemáticamente la página de inicio sería así (tener en cuenta que el inicio del rotador sería la imagen satelital o



animada del parque)

- **Enlaces web:** en diversos sitios de alta frecuencia de visitas, se colocarán publicidades estáticas y dinámicas cuyo enlace conduce directamente a premios y beneficios exclusivos en nuestra página web, potenciando su tráfico.
- **Correos electrónicos:** utilizados en los acuerdos con socios estratégicos que impulsan la demanda, como ser, consejo de profesionales, asociaciones, cámaras de comercio, etc. Su uso pretende que el que lo lee acceda a la página web, es decir, generar tráfico.
- **Posicionamiento en web:** utilizando los parámetros SEO, generamos estrategias que tienen como objetivo mejorar la ubicación del contenido web en la página de resultados de búsqueda con palabras clave.
- **Sitios de streaming:** conocidas también como plataformas de video, se tienen cuentas o canales en YouTube, Vimeo, Dailymotion, Flickr y Twitch. Estas cuentas se utilizan para postear y compartir videos que se enlazan con las redes y la página web.

A su vez, se pagan anuncios en cada una de ellas como forma de generar publicidad y traccionar hacia nuestra página web.

- **Contacto personalizado:** a fin de alcanzar a determinados públicos específicos, se realizarán acciones concretas en instituciones públicas (escuelas, colegios, universidades, reparticiones relacionadas con el turismo, municipios), sindicatos, obras sociales y organizaciones de la sociedad civil. En estos contactos se realizarán charlas y exposiciones, presentación de videos, stands promocionales, etc.

## COMUNICACIÓN INTERNA

### OBJETIVOS

- Posicionar la marca en los consumidores que acceden al parque incorporando beneficios y experiencias en que recomienden el complejo.

### ACCIONES DE DISEÑO

La comunicación interna en el parque se da a través de elementos visuales permanentes que generan impacto en la mente del consumidor a través de la repetición y asociación con emociones. En todo el parque se dispondrán de elementos comunicativos (señalética, pancartas, carteles, vinilos, etc.) merchandising (remeras, gorras, llaveros, etc) souvenirs (portarretratos, imanes, mates, etc.) elementos gráficos del parque (pegatinas, stickers para mochilas, bolsas impermeables, serigrafía en remeras de empleados, lockers, pulseras de pases, identificadores, etc.) La política interna es simple y clara: “Todo el tiempo, todo el parque, comunica.” Estos elementos están en el ANEXO I del presente.



Diseño frontal de entrada

Placas para web





Remeras y pines

Elementos comunicacionales y merchandising del parque



Diseño de Díptico institucional – anverso y reverso



### POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN.

El parque se comercializa en dos formas o procesos: directos e indirectos. Los procesos indirectos son a través de intermediarios que pueden ser públicos (estado en todos sus niveles) o privados, que, a su vez, pueden ser comerciales (agencias, operadores turísticos) o no comerciales (ONG's u otros).

En cuanto a los procesos directos, también existen dos modalidades: en línea y presencial. En la modalidad en línea por de comercio electrónico, el cliente realiza toda la contratación de servicios a través de la página web. En lo presencial, el cliente arriba al complejo y compra su pase en la entrada del parque.

## **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

El Parque Caaguazú, como producto turístico, se comercializa a través de 3 (tres) canales principales:

- Agencias de viaje. Sector privado.
- Sector público.
- Comercialización propia.

### **SECTOR PRIVADO – VENTA INDIRECTA**

Tanto las agencias locales como nacionales e internacionales tendrán contacto para mercantilizar el parque como producto turístico y ofrecer diversas alternativas en su comercialización. En este sentido, el esfuerzo del parque se centra en constituir con los agentes de venta sociedades estratégicas que incluyan beneficios para ambos, bonificaciones, descuentos, programas grupales, tours extensos, visitas coordinadas a otros puntos de la provincia, etc.

### **SECTOR PÚBLICO – VENTA INDIRECTA**

Con el Estado como uno de los dueños del Parque Caaguazú, la comercialización de este a través de sus medios tiene que ver, sobre todo, con visitas de colegios, de entidades públicas, ONG's, sindicatos u ofrecimientos desde bancos del sector público, como el Banco de la Provincia de Corrientes, participar activamente en el diseño de la política de precios destinada al público local y regional (aunque siempre la administración del parque, que es privada, es la que decide), etc. De igual manera, el segmento relacionado con el turismo accesible tendrá en este canal comercial, la oportunidad de generar tours, programas y viajes de todo tipo para este público.

### **COMERCIALIZACIÓN PROPIA – VENTA DIRECTA**

En cuanto a los canales propios del Parque Caaguazú, la principal vía de venta son las oficinas del parque, tanto las físicas en el lugar, como las virtuales, en la página web de este y la comercialización a través del comercio electrónico (pases mensuales, bimestrales, de temporada, anuales, etc.) De igual manera, existen stands que ofrecen el parque en los centros nacionales emisores de mayor afluencia, como centros comerciales en ciudades importantes del país y de países vecinos, convenios estratégicos con otros actores comerciales y sociales, como bancos, shoppings, autos, consejos profesionales, embajadas y consulados, hipermercados, clubes, etc. Indirectamente, nuestros socios estratégicos de comercialización constituyen una estrategia principal en la distribución del parque.

Los distintos canales, modalidades, pases y lo que comprenden y precios ya han sido presentados en el proyecto.

Dentro de la política de comercialización del parque, debe mencionarse a los negocios de terceros que son los que brindan la mayoría de los servicios anexos dentro del complejo.

Entre ellos están:

- Alquiler de Cabañas por día<sup>2</sup>.
- Kioscos
- Patios de comida
- Tiendas comerciales de souvenirs, ropa y calzado.
- Pool Bar
- Banco de Corrientes
- Alquileres de insumos, juegos, elementos deportivos, bicicletas y rollers.
- Tirolesa y Slackline
- Marina. Kayak, juegos acuáticos y pesca.
- Restaurante Ypeguá
- Área Común de Descanso (Resto Bar)
- Equipo de fotografía y filmación.

Todos estos servicios integrados al parque generan sus propios ingresos. El Parque no les cobra alquiler por ningún concepto, deben cumplir un reglamento exclusivo del parque y pagar un canon del 10% de la recaudación bruta diaria, que engrosa las arcas del complejo.

## **RELACIÓN CON LOS CLIENTES**

Una de las características más relevantes e importantes del Parque Caaguazú es la política de contacto con los clientes, su estrategia de relación y servicios que supera el simple hecho del día o días que visitaron el parque. A través de un sistema moderno de CRM los visitantes se encontrarán siempre conectados con el equipo de marketing del parque, tanto a nivel información y ofrecimientos, como de relación y manejo de la experiencia vivida. Dentro del parque, un equipo tercerizado de profesionales realizará en forma permanente el registro en imagen y video de lo vivido en el parque. Al momento de adquirir el pase, cualquiera fuere, se aceptan las condiciones para autorizar esto por todos los turistas. Todos los días, al momento

---

<sup>2</sup> El alquiler de las cabañas es un servicio premium ofrecido dentro del paquete de un PASE determinado, de forma tal que, (se ofrece en el Complejo de Zona 1 y en el Complejo de Zona 4) permita pasar el día. Estas cabañas se desalojan cuando cierra el parque y las llaves se le entrega al responsable de cada grupo, quien debe devolverlas al retirarse. Con cualquier pase pueden ser comercializadas y como tienen su propio mantenimiento y gestión, se terceriza.

en que se cierran las puertas al ingreso (a las 19 horas) se procede a descargar el material en un sistema de reproducción que se proyecta en la Plaza Central del parque, en donde se los invita a los visitantes a visualizar los momentos mágicos captados por el equipo profesional. Este material se deposita en la web del parque, y luego físicamente se guarda en servidores, de manera tal de que el visitante para acceder a los mismos y descargarlos gratuitamente, deberá registrarse, sin cargo, pero dejando sus datos y aceptando que se envíen propuestas a su correo o teléfono. Para que esto sea posible, se ofrecerán promociones, beneficios exclusivos y descuentos, promoviendo la fidelización del cliente. Esto permite el contacto permanente con los clientes y la posibilidad de recordarles tiempos de visita, nuevas promociones, promociones y beneficios por cumpleaños, etc, potenciando así la comercialización del parque tanto a los clientes que ya lo conocen y que pueden ver en él una nueva alternativa de viaje, como a los prospectos asociados en promociones específicas de 2x1, amigos, familia, etc. Algunos de los insumos, mobiliario y otros elementos utilizados en el parque se presentan en el ANEXO I del proyecto.

En cuanto a los servicios que entran en contacto directo con los clientes el parque ofrecerá:

- Seguridad en todo el predio. Está tercerizada e incluye cámaras de seguridad y localización a través de radiofrecuencia, utilizada en las pulseras que se dan al momento de contratar el pase para el ingreso.
- (tercerizada)
- Patio de comidas, kioscos y bares

### CALIDAD TURÍSTICA.

Evaluar la calidad no es un asunto menor en el Parque Caaguazú. Como es un complejo que hace uso extremo de la tecnología, los instrumentos de consulta (encuestas, opiniones, calificación) están asociados a soportes tecnológicos, evitando así el uso de papel o la incomodidad de solicitar al visitante que está abandonando el parque, que complete algún formulario. Los instrumentos utilizados son:

- **Encuesta:** Diseñada en soporte digital como formulario, se completa y envía a una casilla de correo del parque.
- **Opinión:** Es el comentario de los visitantes del parque dentro de los operadores turísticos, buscadores o sitios de información turística. Como en todos ellos solamente se necesita nombre e identificación con correo, se solicita al visitante realizar los comentarios.
- **Calificación:** Similar al anterior, pero a través de la asignación de estrellas o niveles en diversos sitios. Se solicita a los visitantes que califiquen con estrellas al parque.



En todos los casos la estrategia puesta en marcha para obtener la información relevante tiene relación con el “pago” del tiempo invertido por el visitante en completar la encuesta o dar su opinión o calificación. Por ello, estos instrumentos otorgan beneficios inmediatos simples o permiten el acceso a otros beneficios, como, por ejemplo, si doy una opinión, obtengo un pase gratis en la tirolesa, o un helado, o puedo descargar una foto o video más de la página web, etc. Siempre es valorar el tiempo del turista y compensarlo por ello.

Una muestra del instrumento se muestra en el ANEXO I del presente.

Además de medir la satisfacción del turista y con ello la calidad percibida, la organización participa de los programas que el gobierno nacional pone a disposición relacionados con la calidad turística, participando del programa Anfitriones turísticos, para la capacitación de todo el personal del parque; del programa Directrices de gestión ambiental, que tiene por objetivo garantizar la calidad ambiental, social y cultural de las organizaciones turísticas; del programa Directrices de accesibilidad, para la correcta planificación de actividades turísticas que contemplen la plena integración, desde lo funcional y psicológico, de las personas con discapacidad, movilidad y/o comunicación reducida; del programa Sello CocinAR – Cocina Argentina, que cuenta con diez pautas a implementar en tres etapas, donde se ponen en valor los elementos gastronómicos identitarios y los criterios de calidad para aplicar en la labor cotidiana. Por último, el Parque Caaguazú inicia el Club de Excelencia de la provincia invitando a otros operadores y servicios turísticos a sumarse a mantener el servicio en un nivel superlativo de prestación.

De igual manera, el parque certifica los estándares internacionales de calidad ISO 9001 en gestión de procesos, e ISO 14001 en gestión medio ambiental.

## CONCLUSIONES.

### **EVALUACIÓN FINAL DEL PROYECTO**

El Parque Caaguazú marca un antes y un después en el sector dentro de la región. Ningún otro establecimiento posee el tamaño, atractivo, diseño y servicios que este. Su concepción como parque integral, temático, acuático, de diversión y accesible, lo hace único aún fuera de las fronteras del país.

En cuanto al aspecto técnico, la ingeniería del parque está basada en el uso de materiales de producción local, madera, con el agregado de sistemas constructivos modernos y fáciles de construir, como el Steel Frame, y el uso de mampostería en construcción en seco, dejando las estructuras en materiales más clásicos, únicamente para los juegos, que necesitan mayor solidez estructural. En cuanto a su planificación escalár, le permite al proyecto ir concretando etapas a medida que se opera con lo que se tiene, logrando que lo recaudado, en parte, se reinvierta rápidamente.

En el aspecto comercial, el parque es sumamente atractivo por todo lo que ofrece y dentro del mismo, todos los puntos de contacto con el cliente constituyen potenciales puntos de venta, generando negocios dentro del negocio mismo del parque. Los precios de las entradas son competitivos, teniendo en cuenta todo lo que se ofrece y otros proveedores similares y la experiencia o la expectativa creada es única en su tipo. Asimismo, su total accesibilidad le otorga un plus de rendimiento y de publicidad extra, puesto que esta característica es única en toda Latinoamérica, generando publicidad corporativa prácticamente sin costo adicional. También es importante destacar los beneficios que tiene para el proyecto la aplicación de programas como el Pre-Viaje.

En lo socioeconómico el proyecto genera beneficios directos a la población como: generar oferta laboral directa e indirecta, así como movimiento comercial asociado a los turistas, suministrando capital a la economía local; promueve y reactiva las zonas rurales cercanas, su movimiento y crecimiento; genera conciencia sobre la inclusión, la accesibilidad, la discapacidad y los derechos humanos; estimula el desarrollo de emprendimientos de todo tipo asociados al impulso económico, como ser, hoteleros, agencias de viaje, gastronomía, servicios, movimiento de personas y logística, comerciales, etc.; promueve la inversión pública y privada en infraestructura o el mejoramiento de esta; integra la comunidad local a la actividad turística; promueve la mejora de la calidad de vida de la población local y previene la migración de segmentos jóvenes y profesionales; contribuye a la reducción de la pobreza, generando, a su vez, riqueza, beneficiando el desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la

economía; potencia el consumo de productos autóctonos y naturales de las zonas cercanas al proyecto; genera un círculo virtuoso en la economía local, al destinar parte de los beneficios, al recupero de la inversión y a obras de interés comunitario; genera y estimula el turismo accesible y el contacto con la naturaleza en los turistas, brindándoles una experiencia enriquecedora que promueve el turismo responsable, sostenible y sustentable en su propio entorno.

En cuanto a beneficios culturales, el mayor impacto se da al promover y estimular el respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, a la vez que contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural; también promueve la restauración, conservación y uso del patrimonio cultural y natural de la provincia; de igual forma, promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales y genera autoestima comunitaria y puesta en valor de lo autóctono.

Por último, en el aspecto ambiental, por su diseño y materiales, tiene un mínimo de impacto ambiental, a la vez que favorece el consumo responsable y el respeto por el medio ambiente. En cuanto a uso de agua y energía, se logra un desarrollo equilibrado con el ambiente, sobre todo en el reciclado continuo de agua para uso de juegos y servicios y en la utilización de paneles solares para brindar energía al parque. Por su aspecto natural, genera beneficios económicos a partir de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.

### **CONCLUSIÓN FINAL**

El Parque Caaguazú es un proyecto que genera múltiples beneficios a toda la cadena turística tanto en el municipio de Esquina, ciudad que lo contiene, como en toda la provincia.

Como tal, su característica más innovadora es que ofrece variados atributos a los visitantes, como ser: temático (basado en la historia y cultura guaraníca y local con centros de interpretación y galerías históricas), recreativo (con varias actividades distintas para hacer), acuático (con 6 complejos de piscinas y juegos más una marina) accesible (diseñado bajo la premisa del diseño universal) natural (tiene 6 zonas de bosques, senderos, caminatas y aire libre) y de descanso (posee 4 zonas de relax en donde disfrutar de otra manera este). Es todo esto, y más, en un solo lugar.

No es un dato menor la accesibilidad y el diseño universal del parque siendo que una de las corrientes de mayor auge en el turismo es la accesibilidad (tanto económica como psicosocial y física). De igual manera, también es destacable su concepto de diseño e ingeniería en cuanto a la sustentabilidad y sostenibilidad del parque, su uso y recirculación de agua, para minimizar el impacto ambiental, y la zona de paneles solares para proveer de energía a este.

Tampoco la localización es una elección azarosa, ya que Esquina posee uno de los entornos naturales más bellos de la provincia, es un destino conocido gracias a su actividad de pesca, que es totalmente compatible con el parque y permite que los pescadores puedan traer a sus familias en los momentos en que de por sí ya vienen a hacer turismo en la localidad. En este sentido, este proyecto aumenta la oferta de atractivos de la ciudad convirtiéndola en un polo de desarrollo turístico que puede relacionarse fácilmente con otras ofertas y destinos dentro de la provincia.

Es, en definitiva, un proyecto de fundamental importancia en el desarrollo turístico local, siendo declarado de interés por el mismo municipio de Esquina en ocasión de realizar la investigación correspondiente para realizar el diseño del proyecto. El impacto socioeconómico, cultural y social del mismo son los más destacados atributos que convencen desde el inicio a cualquiera que lo ve en un plano o lo visita.

Es, además, totalmente consistente con las políticas de desarrollo de la provincia, plasmadas en el Pacto Correntino para el Crecimiento Económico y el Desarrollo Social, firmado en 2022 luego de un amplio acuerdo gestado mediante el Plan Estratégico Participativo Corrientes 2030, guiado por los ejes Desarrollo, Modernización, Inclusión y Género que marcarán el rumbo de las políticas de Estado en la provincia durante los próximos años.

Es por todo esto que el Parque Caaguazú es un proyecto que genera más beneficios e innovación que cualquier otro desarrollo turístico en la zona.

## BIBLIOGRAFÍA

- Organización Mundial del Turismo (2014), *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial de la Salud, *World Report on Disability 2011* (Ginebra, 2011). Disponible en: [http://www.who.int/disabilities/world\\_report/2011/report/en](http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en)
- SOUCA MARIA LUIZA, «Accessible Tourism – the Ignored Opportunity» (Babes-Bolyai University Cluj Napoca, 2010)
- ONU, *World Population Ageing Report 2009* (Nueva York, 2009): [http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2009/WPA2009\\_WorkingPaper.pdf](http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2009/WPA2009_WorkingPaper.pdf)
- ONU, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. División de Población, *World Population Ageing: 1950-2050* (Nueva York, 2002). <http://www.un.org/esa/population/publications/worldageing19502050/pdf/001world.pdf>
- ESTEVE SECALL, R. (2001). NUEVO SEGMENTO EMERGENTE DE TURISMO: LOS PARQUES TEMÁTICOS. *Cuadernos de Turismo*, (7), 35–54. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22571>
- KAPFERER, J.-N. (1994) *Strategic Brand Management: New Approaches to Creating and Evaluating Brand Equity*. Free Press, New York.
- KELLER, K.L. (2008) *Strategic Brand Management Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 3rd Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- CRUZ, S. GONZÁLEZ, T. (2006) *Gestión de la calidad. Conceptos, enfoque, modelos y sistema*. Editorial Pesaron Prentice Hall.
- PORTAL DE GOBIERNO - PCIA. DE CORRIENTES. <https://www.corrientes.gob.ar/#>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos - I.N.D.E.C. - *Anuario Estadístico de la República Argentina 2018*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, 2020. Libro digital, PDF
- La OLA GROUP una empresa de tecnología argentina que desarrolla, diseña y construye máquinas y piscinas en pos de generar olas artificiales surfeables dinámicas de una manera sostenible y sustentable en el tiempo. <https://www.laolagroup.com/>

- CRUCIJUEGOS es una empresa dedicada al entretenimiento familiar, que cuenta con una importante y amplia trayectoria en el mercado nacional. como fabricantes y distribuidores de todo tipo de juegos y mobiliario urbano para espacios públicos y privados. <https://insumos.crucijuegos.com/acuaticos>
- HIDROINGENIA es una de las empresas internacionales más importantes no solo en la creación de piscinas, sino también en la construcción de parques acuáticos. <https://hidroingenia.com/disenio-parques-acuaticos/>
- Fundada en 1918, la Asociación Internacional de Parques de Atracciones y Atracciones (IAAPA) es la asociación de comercio internacional más grande para instalaciones de entretenimiento situadas permanentemente en todo el mundo. La organización representa a más de 6,000 instalaciones, proveedores y miembros individuales de más de 100 países. <https://www.iaapa.org/es/>
- HUETE NIEVES, Raquel, GARCÍA RAMOS, Agustín (30 de mayo de 2022) *Barreras y oportunidades para la inserción laboral de las personas con discapacidad en el sector turístico de la provincia de Alicante*. Cuadernos de Turismo. Núm. 49 (2022): Enero - Junio <https://revistas.um.es/turismo/issue/view/20761>
- Sitio oficial del Ministerio de Turismo de la provincia de Corrientes. <https://turismo.corrientes.gob.ar/>
- La Red de Turismo Accesible acompaña a las organizaciones en un proceso de mejora continua vinculada a lograr la plena inclusión de las personas con discapacidad al sector turístico. <https://redturismoaccesible.com.ar/>
- Página de la Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS), y el Plan Integral ACCESAR, para la promoción de derechos y la elaboración de planes locales en discapacidad, códigos de accesibilidad urbana y dispositivos territoriales, para que las ciudades sean más accesibles e inclusivas. <https://www.argentina.gob.ar/andis/programa-de-turismo-accesible>
- Plataforma de alojamiento de software de traducción del idioma guaraní al español y viceversa. <https://github.com/SENATICS/traductor-espanhol-guarani>

ANEXO I

**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES**



## Encuesta de Satisfacción

En el PARQUE CAAGUAZÚ trabajamos todo el año con un solo propósito: que aquellos que nos visitan no vuelvan del mismo modo en que llegaron. Nos sentimos complacidos de verlos felices, de que recuerden cuánto disfrutaron compartir su tiempo con nosotros y que esas experiencias se conviertan en recuerdos imborrables. Es por eso, que, para nosotros, es importante conocer qué hicimos bien y en qué podemos deleitarlos aún más para darles una nueva excusa para nos visiten nuevamente.

Gracias por tomarse cinco minutos en respondernos.

Son lo más importante para nosotros.

mkeconsultores@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



\*Obligatorio

Correo electrónico \*

Tu dirección de correo electrónico

Por favor, indíquenos su nombre \*

Tu respuesta

Por favor, indíquenos su edad \*

Tu respuesta

Por favor, indíquenos su género \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿Cómo se enteró del Parque Caaguazú? (puede indicar más de una forma si así fuera) \*

- A través de un amigo/conocido
- Me lo vendió mi agente de viajes
- Me informé en una agencia de viajes
- Los vi en una revista de turismo
- Recibí una invitación vía mail
- A través de las redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)
- Vi la publicidad en un sitio de videos (YouTube Vimeo, etc.)
- Visité su página web a través de un enlace
- Los encontré en un buscador
- Me enteré por las noticias
- Otros: \_\_\_\_\_

Por favor, califique, en general, el servicio recibido por el personal del parque. \*

Muy malo      1      2      3      4      5      Excelente

○      ○      ○      ○      ○

Por favor, califique, en general, los juegos acuáticos del parque. \*

Muy malos      1      2      3      4      5      Excelentes

○      ○      ○      ○      ○



¿Qué opinión le merecen los atractivos culturales del parque? \*

- No llegué a visitarlos
- Me aburrí
- Fueron interesantes
- Muy buenos
- Excelentes, aprendí mucho.

Por favor, califique, en general, nuestras zonas y tiendas comerciales \*

	1	2	3	4	5	
Muy malas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelentes

Por favor, califique, en general, nuestras áreas de descanso y relax \*

	1	2	3	4	5	
Muy malas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelentes

Por favor, califique, en general, nuestras áreas de bosques y senderos. \*

	1	2	3	4	5	
Muy malas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelentes

Por favor, califique, en general, nuestras áreas de caminos y bicicletas. \*

	1	2	3	4	5	
Muy malas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excelentes

Elija los juegos y/o lugares de nuestro parque que más le gustaron...(puede elegir \* más de uno)

- Piscina con olas
- Parque Infantil
- Bosques y Senderos - Circuito histórico-temático
- Patio de comidas
- Parrillas y Quinchos
- Tiendas comerciales
- Torre Mirador
- Tirolesa / Slackline
- Bicisendas, caminatas
- Complejo de toboganes de media altura
- Pool Bar
- Plaza Central
- Complejo de toboganes de carrera
- Complejo de descanso en pileta
- Alojamientos y servicios TODO INCLUIDO
- Restaurante Ypeguá
- Zonas de descanso y servicios
- Marina y juegos de agua
- Pesca deportiva

¿Volvería a visitar nuestro parque? \*

- SI
- No
- Otros: \_\_\_\_\_

¿Cuál/es de estas zonas NO visitó/consumió y le hubiera gustado visitarla? \*  
(puede elegir más de una)

- Piscina con olas
- Parque Infantil
- Bosques y Senderos - Circuito histórico-temático
- Patio de comidas
- Parrillas y Quinchos
- Tiendas comerciales
- Torre Mirador
- Tirolesa / Slackline
- Bicisendas, caminatas
- Complejo de toboganes de media altura
- Pool Bar
- Plaza Central
- Complejo de toboganes de carrera
- Complejo de descanso en pileta
- Alojamientos y servicios TODO INCLUIDO
- Restaurante Ypeguá
- Zonas de descanso y servicios
- Marina y juegos de agua
- Pesca deportiva

Indique la probabilidad de que recomiende nuestro parque a otras personas. \*

- 1      2      3      4      5
- Muy poco probable                        Seguro que lo haría

¿Cómo calificaría su experiencia en nuestro parque? \*

1 2 3 4 5

No cumplió mi expectativa      Superó todas mis expectativas

¿Le gustaría recibir invitaciones, beneficios y descuentos exclusivos de nuestro parque? \*

- Sí
- No
- Otros: \_\_\_\_\_

Queremos regalarle un presente por el tiempo que nos ha regalado, tanto al visitarnos como al completar este formulario. Elija una de estas opciones para recibirla la próxima vez que nos visite. \*

- Alojamiento en CABAÑA diaria SIN CARGO (hasta 4 personas - de 9 a 19 hs)
- Una cena buffet para 2 (dos) personas en el Restaurante Ypeguá
- 1 (un) Pase Estándar SIN CARGO
- 2 (dos) combos a elección en Patio de Comidas
- 1(un) pase SIN CARGO en Tirolesa/Slackline

Se puede observar la encuesta en el formulario a través de este link:

<https://forms.gle/SFDzE8DfLgQMMhcW8>

## **PRODUCTOS, ACCESORIOS Y MERCHANDISING DEL PARQUE**

Entre los servicios y herramientas que se ofrece al turista se encuentran:

**DUCHAS Y LAVAPIÉS** - Equipamiento que consiste en elementos que permiten el aclarado de la arena en pies y cuerpo, los cuales están adaptados para facilitar el acceso y utilización a personas con movilidad reducida. (imagen ilustrativa)



**PASARELAS DE ACCESIBILIDAD** - Son aquellos elementos que permiten el paso o acceso de los visitantes a la zona de playa. Supone cierta comodidad y permite el acceso a personas con movilidad reducida. (imagen ilustrativa).

**BANCOS ADAPTADOS** - Especialmente diseñados para que las personas con discapacidad o movilidad reducida puedan hacer uso de ellos sin complicaciones, con un diseño y ergonomía perfectas para asegurar la comodidad de quien lo usa. (imagen ilustrativa)



**GRÚAS** -

Concebida para ser instalada en todo tipo de paseos marítimos y playas, es un elevador de acción manual y cuenta con freno automático, de esta forma una sola persona puede realizar el cambio de una silla de ruedas a una anfibia sin esfuerzo ni complicaciones. (imagen ilustrativa)

**PASARELA DE BAÑO** - Es una plataforma diseñada para facilitar el acceso al baño a ancianos y personas con movilidad reducida. Cuentan con una gran sujeción, con una superficie de contacto firme y segura, y sobre todo antideslizante.



**EQUIPAMIENTO ADAPTADO** – La pileta está diseñada para ser utilizada por todas aquellas personas con movilidad reducida, dependientes o pertenecientes a la tercera edad,



incorporando equipamiento que aporta un entorno seguro para el baño o el complemento idóneo para la accesibilidad de playas.



**MULETAS ANFIBIAS** - Son muchas las personas que se ven impedidas a la hora de acceder a las playas o bien por ir en silla de ruedas o por llevar un bastón y no poder acceder a la zona de playa o baño. Es por eso que se cuenta con una amplia gama de sillas o muletas anfibias.

Las muletas anfibias están diseñadas para mejorar la movilidad de las personas con movilidad reducida en los accesos a la playa y zonas de baño. Son un equipamiento cómodo, de gran calidad, resistencia, funcionalidad y movilidad incluso dentro del agua.



**TORRES DE VIGILANCIA** – La seguridad es prioritaria en el parque. Por eso, se tienen torres de vigilancia distribuidas en las piletas, en las que se sitúa el socorrista para poder vigilar que no haya ninguna infracción por parte de los bañistas, peligro en el agua o algún ahogamiento.

**EQUIPAMIENTO DE PLAYA** – El confort es parte de la experiencia que JURAVÁ ofrece al turista desde el ingreso al parque. Dentro del equipamiento de playa, se encuentran



**Pack sillas, mesa y sombrilla**



**Sillas y reposeras de lona**



**Reposeras y camastros de madera**



**Señalética institucional del parque**



Carrito de enfermería



Carrito de transporte



Sistema de contenedores de residuos



Elementos de merchandising

