



**Licenciatura en Turismo**

**Trabajo Final de Graduación**

***“Capacitación en sustentabilidad para  
clúster en Tigre”***

Profesor: Walter A. De Poi

*Estudiante: Gabriela Verónica Cartolano*

2018

<b>INDICE.....</b>	<b>2</b>
<b>1-RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>3</b>
1-1 Breve resumen de la idea del proyecto.....	4
1-2 Destino turístico donde se desarrolla el proyecto.....	5
Características del destino.....	10
<b>2. ANALISIS F.O.D.A.....</b>	<b>12</b>
<b>3. IMPACTOS.....</b>	<b>17</b>
2-2-ECONOMICO	
2-3-TECNOLOGICO	
2-4-AMBIENTAL	
2-5-TURISTICO	
<b>4-PERFIL DEL MERCADO .....</b>	<b>13</b>
<b>5-LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS.....</b>	<b>.15</b>
5-1-EN EL CORTO PLAZO	
5-2- EN EL MEDIANO – LARGO PLAZO	
<b>6-POLITICA DE COMUNICACION.....</b>	<b>18</b>
<b>7-CANALES DE COMERCIALIZACION.....</b>	<b>20</b>
<b>8-CALIDAD TURISTICA.....</b>	<b>23</b>
<b>9-POLITICA DE PRECIO .....</b>	<b>26</b>
<b>10-POLITICA DE COMERCIALIZACION.....</b>	<b>27</b>
<b>11-CONCLUSION FINAL.....</b>	<b>29</b>

## **Introducción**

El presente trabajo se realiza en el marco de la carrera de Licenciatura en Turismo.

Se plantea el desarrollo de un plan de marketing a partir de una idea innovadora en el sector turístico recreativo.

La propuesta innovadora es brindar a los prestadores de servicios turísticos del Delta de Tigre capacitaciones en materia de “Sustentabilidad” para ir generando a través de las mismas un “Clúster sustentable” que permita el desarrollo turístico en el Delta de Tigre otorgando servicios que no solamente se caractericen por el cuidado de la biodiversidad del Delta de Tigre, sino también por el impacto en la conducta del turista que después de esta experiencia modifique su actitud para el desarrollo de una nueva conciencia hacia la naturaleza y por ende hacia sí mismo. La selección del tema se debe a la búsqueda de invertir en una transformación de los emprendimientos turísticos del Delta de Tigre para generar una nueva cultura ecológica que integre al nuevo perfil de servicios ofrecidos para generar un “Clúster Sustentable”. El objetivo del trabajo es brindar a los prestadores interesados en mejorar sus ventas y promoción de servicios: capacitaciones en materia de turismo sustentable. La metodología de las capacitaciones se basa en una oferta de cursos presenciales y semi - presenciales en el ámbito del emprendimiento a través de una formación en las pautas a modificar para generar un servicio que colabore con el cuidado del medio ambiente. A partir del análisis de los recursos humanos, naturales tecnológicos y económicos de los emprendimientos interesados en ser parte del proyecto se presentan inicialmente las ofertas de cursos presenciales en el establecimiento a la gerencia luego se expande hacia las aéreas que la misma gerencia considere apropiado formar en las nuevas estrategias de desarrollo del perfil ecológico de la organización. A continuación la puesta en marcha de los cambios sugeridos, finalmente se evalúan los resultados de la capacitación en el despliegue del servicio y se ofrecen nuevas actualizaciones en áreas específicas. Al realizar un análisis del entorno para determinar las posibilidades de implementación exitosa de la idea, se observa que hay ya capacitaciones que ofrece el municipio de Tigre pero son generales y no específicas de cada emprendimiento con una adecuación a las necesidades particulares de cada sector. Las estrategias apuntan a captar el interés particular y las posibilidades reales de aquellos emprendimientos

que se muestra interesados en la ecología y el medio ambiente, luego se analizan los recursos económicos y humanos con que cuentan los actores que eligen ser parte del proyecto para poder así finalmente identificar los impactos a corto, mediano y largo plazo que definirán el éxito de la propuesta.

## **1.-Resumen Ejecutivo**

El objetivo de esta propuesta es brindar Capacitaciones Intensivas y permanentes a todos los agentes de prestaciones turísticas del sector público y privado que estén interesados por el cuidado del medio ambiente del delta de Tigre y por promover el turismo regenerativo que además de cuidar lo ya existente en la naturaleza, colabore con el desarrollo armónico del ecosistema local futuro.

Las capacitaciones serán dadas en los espacios que el mismo prestador pueda ofrecer para los directivos, agentes responsables, empleados y todo el personal que la empresa considere necesario.

La duración y carga horaria de la misma dependerá de los objetivos del prestador turístico y sus posibilidades logísticas.

La propuesta además de formar agentes responsables en el cuidado del ecosistema local, generar una red de conexiones entre los involucrados que suma beneficios particulares y generales entre los participantes delineando la formación de un “clúster sustentable”.

Nombre del Proyecto: “Capacitando en Sustentabilidad ganamos todos”

### **1.2 Descripción del producto:**

Un equipo de expertos en materia de Sustentabilidad, desde distintas especialidades en medio ambiente, arquitectos, expertos en marketing, turismo, especialistas en higiene y seguridad entre otros, dictaran capacitaciones en forma intensiva y regular durante el lapso de tiempo requerido para que los distintos prestadores turísticos que se sumen al proyecto logren modificar sus servicios en función de esta nueva perspectiva.

La idea es que al finalizar cada capacitación los prestadores puedan ir mejorando la prestación de sus servicios y ofrecer un espacio distinto, un nuevo emprendimiento construido sobre el respeto de la naturaleza brindando servicios diferentes que se

destaquen por respetar lo autóctono, generando trabajo en la isla y brindando al visitante una alternativa que desafía a los prestadores a seguir apostando por nuevas capacitaciones para mejorar la calidad ecológica de sus servicios.

Por lo tanto la empresa al finalizar la capacitación tendrá una clara idea de cómo transformar su emprendimiento en base a: Materiales ecológicos, aislamiento térmico, energías renovables, la instalación de paneles solares o de techos verdes.

Además la posibilidad de aprender sobre Huerta y permacultura si así el consumidor lo eligiera.

“El uso sustentable tiende a promover las relaciones armoniosas de los seres humanos entre sí y entre la humanidad y la naturaleza. Se trata de satisfacer a todos con una responsabilidad coherente y un equilibrio entre el crecimiento económico, los recursos que nos proporciona la naturaleza y la sociedad moderna del bienestar.”( [Informe Brundtland,1987](#))<sup>1</sup>

Este tipo de alternativa que se ofrecerá a los prestadores capacitados, es muy importante que sea parte del desarrollo sustentable para toda la isla en búsqueda del equilibrio entre lo autóctono y lo funcional, brindando la posibilidad de estar en contacto con la naturaleza, sin descuidar una prestación de excelencia.

Dentro del plan de capacitación se suman actividades donde los participantes desarrollan desafíos que requieren destrezas básicas vinculadas con el ser. Las dinámicas apuntan a que los individuos se desprendan por algunos momentos de sus roles, paradigmas y reglas sociales, para encontrarse más a sí mismos.

La propuesta fomenta un desarrollo turístico sustentable, comprendiendo la *“sustentabilidad<sup>2</sup> como la conservación del patrimonio natural, cultural y social, y los valores de la comunidad visitada, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre ambos es justa y los beneficios de la actividad se reparten en forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud participativa en su experiencia de viaje.”*( *Turismo sostenible, Paula Allende, 2016* )

A través de esta propuesta innovadora se logra la reducción del uso de energías y recursos no renovables, la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos y el respeto por la diversidad socio-cultural.

---

<sup>1</sup><https://ovacen.com/desarrollo-sustentable-concepto-ejemplos-de-proyectos/>

<sup>2</sup>[allende-losmares.com/turismo-sostenible/](http://allende-losmares.com/turismo-sostenible/)

*“Todos los actores implicados en la actividad turística – gobiernos, asociaciones e instituciones públicas y privadas, industria y profesionales del turismo, viajeros... -, deberán adoptar compromisos en materia de sostenibilidad ambiental, económica y social.”(Estrategia de Turismo sustentable, Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable)<sup>3</sup>*

A partir de esta iniciativa se fomenta esta nueva perspectiva involucrando a todos los actores antes mencionados.

El conocimiento en materia de sustentabilidad es uno de los ejes en que se funda el proyecto.

*El programa de estudio se basara en las cuatro R de la sustentabilidad (Ariana Rivas, 2012)<sup>4</sup>*

Repensar, Reducir, Rehusar y Reciclar.

- Repensar: El proceso de repensar está referido a la reingeniería, es decir, hacer una evaluación exhaustiva de cómo se están haciendo las cosas, materias primas y productos, procesos y procedimientos, con la finalidad de hacer los cambios que sean necesarios.
- Reducir: Este proceso está asociado a la productividad, es decir, al desempeño eficaz, al aprovechamiento eficaz de los recursos, evitando o reduciendo la generación de desperdicios, y con ello la contaminación y los costos económicos asociados, lo que permite a la empresa utilizar estos recursos e invertirlos en mejora continua.
- Rehusar: Este proceso implica la reutilización de pasivos, productos y/o desechos para generar nuevos productos. Esta práctica reduce considerablemente los costes de materias primas del nuevo producto, así como amplía los mercados, reduce la acumulación de desechos, entre otros.
- Reciclar: Este proceso implica recuperar el material de desecho (vidrio, papel, aluminio, etcétera) que pueda ser introducido dentro de un proceso de producción, con la intención de mejorar sus propiedades y de obtenerlo como un nuevo producto. La forma de participar activamente en este proceso no es sólo a través de llevar a cabo el reciclaje como tal, se participa también utilizando productos reciclados o enviando los desechos a reciclar.

---

<sup>3</sup>[http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos\\_gobierno/actosdegobierno30-11-2009-2.htm](http://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno30-11-2009-2.htm)

<sup>4</sup><https://www.gestiopolis.com/desarrollo-sostenible-sustentable-las-4-r-sustentabilidad-y-la-empresa/>

En estos principios se basa la capacitación para que los emprendimientos replanteen su accionar según este nuevo enfoque.

Pasos a seguir:

En una primera etapa se realiza un relevamiento del servicio que se presta y las instalaciones disponibles en el establecimiento para partir de lo pre-existente. Se realiza una evaluación de la capacitación a través de FODA se evalúan los costos y beneficios

En un segundo momento se evalúan los servicios e instalaciones según su influencia en el medio ambiente.

En un tercer momento se sugieren las posibilidades de adecuación de los servicios e instalaciones ya existentes a servicios e instalaciones sustentables.

En la siguiente instancia se capacita a la gerencia en materia de sustentabilidad para aprovechar los beneficios del cambio y poder transferirlo a la organización.

Finalmente la gerencia decide qué tipo de capacitaciones considera oportunas para brindar a sus operadores ejecutivos.

La etapa final es la de capacitación permanente, con una evaluación semestral del aprovechamiento de los nuevos recursos y su utilización.

Para completar la formación o para todos aquellos actores que no puedan asistir regularmente o a aquellos profesionales relacionados con la organización en actividades afines al desarrollo turístico se les brinda una plataforma virtual a través de TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE CURSO ON LINE.<sup>5</sup> Realizaremos un convenio con el Instituto superior de Medio ambiente en lo que se refiere a la formación virtual.

---

<sup>5</sup>[http://www.ismedioambiente.com/wp-content/uploads/2017/12/OL\\_TDS118.pdf](http://www.ismedioambiente.com/wp-content/uploads/2017/12/OL_TDS118.pdf)

## **Modelo del plan de capacitación Virtual**

Introducción: incidencia medioambiental de la actividad turística

- Introducción a la ecología: Impacto ambiental, ecosistemas, población y crecimiento.
- Recursos naturales: Biodiversidad y paisaje.
- Impactos ambientales de las actividades turísticas.
- El concepto de sostenibilidad. Declaraciones de Turismo Sostenible
- Evolución del turismo sostenible. Factores de insostenibilidad del turismo.

Destino turístico sostenible

- Conceptualización del destino turístico
- Funciones y agentes del destino.
- Componentes del destino turístico.
- Estructuración del destino.
- Ciclo de vida del destino y sostenibilidad.
- Tipologías de destinos turísticos. Incidencia medioambiental en los destinos turísticos • La evaluación del impacto ambiental de las actividades turísticas y la evaluación ambiental estratégica.
- Capacidad de acogida turística.
- Sistema de indicadores de impacto ambiental turístico.
- Herramientas de planificación y gestión ambiental: Implicación de los SGM en espacios turísticos
- Sistemas de Gestión Medioambiental: EMAS 2001, ISO 14.001.
- Agendas: Municipio Turístico Sostenible. Modelos de planificación medioambiental en destinos turísticos
- Planes de turismo Sostenible.
- Directrices de Ordenación de Turismo Sostenible.



Para la matrícula del curso deberán remitir a: [info@ismedioambiente.com](mailto:info@ismedioambiente.com)

Datos personales (Nombre, DNI, e-mail, celular, empresa)

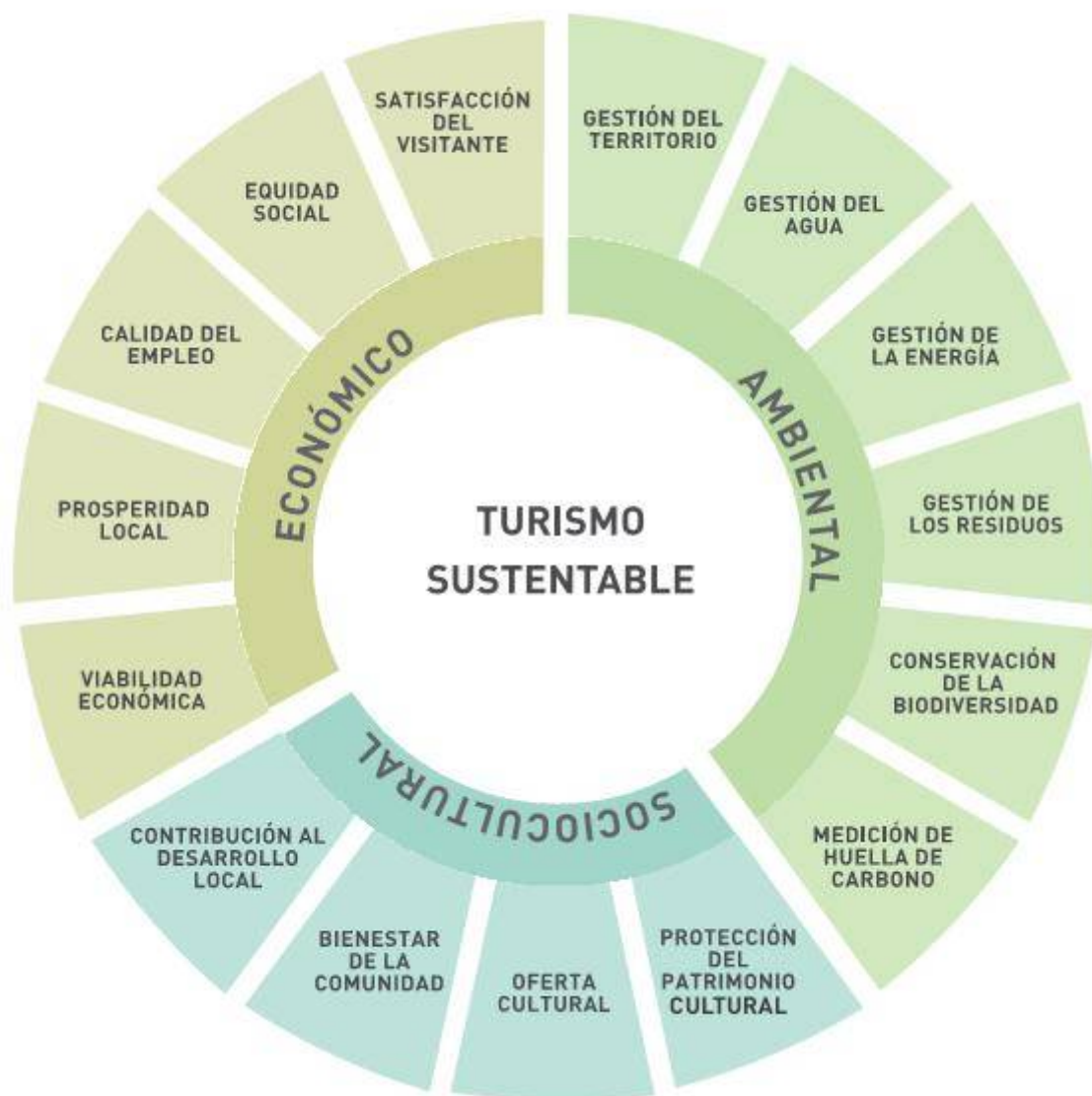
Para promover un turismo sustentable, es necesario ir un poco más allá, y comprender que ya no es suficiente pensar en un turismo<sup>6</sup> que conserve sino también que mejore las condiciones ambientales, sociales y económicas del lugar visitado, con un compromiso real y una mirada profunda de las relaciones de intercambio, y el contacto con la naturaleza. Es necesario hacerse cargo de las malas consecuencias que la actividad turística nos ha dejado a nivel ambiental, cultural, social y económico y desarrollar una actividad más evolucionada y que aporte y mejore los recursos del lugar visitando.

Es por eso que proponemos un desarrollo turístico regenerativo<sup>7</sup> que ponga en valor no solo los recursos actuales sino también los que hemos perdido. Proponemos un turismo consciente de las pérdidas generadas para aprender y desarrollar un turismo consciente, sensible, despierto, abierto, responsable, compasivo, atento, amoroso y regenerativo. El fin de la filosofía regenerativa es volver a desarrollar sistemas con eficacia absoluta y que los sistemas dañados, puedan comenzar a recuperarse buscando inspiración en los sistemas naturales y la inteligencia de sus ciclos, que creen un mundo mejor del que nosotros encontramos, ahora y para el futuro. Que nos inspiren a desarrollar proyectos que no solo existan para sostener, si no para **REGENERAR** la VIDA en nuestro planeta.

---

<sup>6</sup>[www.tierranatural.com.ar/filosofia.php](http://www.tierranatural.com.ar/filosofia.php)

<sup>7</sup><https://www.linkedin.com/.../regenera---centro-de-estudios-y-desarrollo-turistico-sustentable>



**Características del destino:**

“El Delta del Tigre es uno de los cinco deltas más extensos del mundo, un verdadero oasis ubicado a apenas 30 km. de la ciudad de Buenos Aires, con una superficie de 17500 km<sup>2</sup> y una longitud de 320 km, es el quinto delta más grande del mundo.”(El Delta Bonaerense, Pedro del Piero)<sup>8</sup>

El Delta de Tigre tiene una superficie de 220 km<sup>2</sup> y está formado por un conjunto de islas dentro del Delta Inferior del Paraná.

Es el único que desemboca en un estuario de agua dulce, el Río de la Plata, y tiene un ritmo de crecimiento anual de 70 m aproximadamente.

<sup>8</sup><http://docplayer.es/61872696-El-plan-de-manejo-de-delta-de-tigre.html>

El delta en su totalidad forma un extenso humedal que desempeña un papel clave para la vida humana de actuales y futuras generaciones.

Alberga una biodiversidad única y un estilo de vida particular que lo convierte en un atractivo turístico imperdible de la Argentina y del mundo.

Constituye un recurso ambiental de alto valor a nivel local y regional, y tiene una población estable de más de 6000 habitantes.

Dada la necesidad de encontrar un equilibrio entre el proceso de ocupación del territorio, la preservación de los recursos naturales y el valor estratégico que tiene para la eco región, el Municipio de Tigre se propuso en 2010 desarrollar un Plan de Manejo que expresara una política socio territorial y ambiental del gobierno para dicho territorio.

El objetivo fue trazar criterios y estrategias centrales que impulsaran un ordenamiento ambiental y territorial, generar normativas útiles para gestionar el desarrollo sustentable del área insular respetando los parámetros propios del humedal e incorporándolos a la regulación en lo que respecta a sus competencias municipales.

El foco del Plan está en el adecuado manejo de los humedales y sus servicios eco sistémico, en otras palabras, en asegurar la calidad de las aguas, la función de la estructura geomorfológica del suelo isleño, la determinación del paisaje y la incidencia en la conformación de la biodiversidad.

Siguiendo esta línea, identifica, protege y promueve las actividades que tienden al desarrollo sustentable del área, adecuando la dinámica de las prácticas recreativas y de esparcimiento a la protección y el equilibrio ambiental.

Finalmente dispone distintos instrumentos y acciones para el ordenamiento de las formas de ocupación del territorio, a partir del reconocimiento isleño y del respeto por la cultura local, para mejorar las condiciones de vida y bienestar de sus residentes y visitantes actuales y futuros.

## Diagnóstico

Síntesis del FODA del proyecto:

<b>FORTALEZAS:</b>  Equipo de profesionales Apoyo gubernamental del municipio Experiencia en capacitaciones en el nivel de Higiene y seguridad de 3 años.	<b>DEBILIDADES</b>  Equipo de socios con escasa disponibilidad de tiempo.
<b>OPORTUNIDADES</b>  La Asociación amigos del rio que tiene como objetivo el saneamiento del delta Interés en el cuidado del medio ambiente Interés de los prestadores por ofrecer servicios de calidad Nuevas tendencias ecológicas: Moda "Green" Posibilidad de expansión de las capacitaciones a nuevas aéreas para formación de nuevos clúster sustentables Existencia de un Patrimonio Natural exclusivo de la Isla con un valor único en la provincia de Buenos Aires. Desarrollo de un Ecosistema local autóctono y exclusivo de la región de Delta.	<b>AMENAZAS</b>  Movilidad dentro del delta con dificultad ya que el acceso a ciertos lugares requiere de utilización de lanchas que suma un costo extra  Posibles prestadores que no adhieran totalmente al proyecto. Contaminación del rio y del ecosistema Promoción de nuevas Capacitaciones gubernamentales en materia de sustentabilidad que compitan en precios bajos.

Según el despliegue de FODA las oportunidades y fortalezas son más importantes que las debilidades y amenazas al momento de definir las estrategias de marketing.

En la observación de la matriz FODA el peso e la balanza se inclina más del lado de las capacidades y recursos que pueden compensar las debilidades.

Mientras que las oportunidades permitirán desplegar la estrategia sin que las amenazas bloqueen el avance.

Resumiendo en pocas palabras: Las amenazas y debilidades pueden ser fácilmente absorbidas por las mayores oportunidades y fortalezas que generaran un saldo positivo a la hora de desarrollar el plan de marketing.

## **POSICIONAMIENTO**

La estrategia de marketing utilizada aquí apunta a posicionar el producto como estrategia de océano azul: con características únicas, ofreciendo servicios que no compiten con lo que ya existe en el mercado por sus características particulares que son: Ser el primer centro en Tigre que brinda capacitaciones en materia de sustentabilidad generando redes de conexiones entre los actores involucrados para fomentar la creación del primer Clúster sustentable en el Delta de Tigre.

Existe otra organización en materia de capacitaciones de sustentabilidad que se diferencia en su desarrollo y mercado, por lo cual no es una amenaza, ni competencia.

FUNECO (Fundación Ecoturismo Americana)<sup>9</sup> fue la primera ONG de toda Sudamérica y la tercera de América Latina en orientarse hacia la problemática del “turismo de bajo impacto ambiental” Fue pionera en la elaboración de políticas, planificación y capacitación para un turismo activo sostenible.

Es una organización sin fines de lucro comprometida con el desarrollo del TURISMO ACTIVO SOSTENIBLE, tanto a nivel nacional como regional.

No cuenta con ningún tipo de subsidio económico ni con auspiciantes de ninguna índole, genera sus propios ingresos a través de cursos y seminarios de capacitación que desarrolla, y de consultorías y/o asesoramientos.

---

<sup>9</sup><https://www.fundacionecoturismo.org/>

(Por razones operativas y funcionales FUNECO solamente realiza cursos presenciales por pedido de universidades, organismos oficiales y asociaciones de turismo, que se encargan de coordinar y realizar la convocatoria a los mismos.

Estos cursos son elaborados y desarrollados “a medida” de la necesidad y requerimiento de cada institución contratante.)

Si después de recibir las capacitaciones los emprendimientos involucrados se suman en el reconocimiento de la Provincia el resultado estará a la vista.

“La Secretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires y el Organismo Provincial de Desarrollo Sostenible (OPDS), en el marco del programa Alojamientos Turísticos Sustentables (ATS), entregan la placa distintiva...El programa ATS busca proteger el medio ambiente y los recursos naturales y fomentar el desarrollo sustentable de la actividad turística, la calidad ambiental y la preservación del ecosistema en el que se desarrolla la industria hotelera. Para ello, se ha generado una herramienta de distinción para hoteles, cabañas y complejos según su grado de compromiso con el ambiente en el que están emplazados. Los establecimientos distinguidos son aquellos que disponen o han readecuado sus instalaciones para hacer un uso racional del agua, energía y gestión de los residuos. Al respecto, el secretario de Turismo, Ignacio Crotto, aseguró: *"La participación en el programa es voluntaria y gratuita y la distinción permite a los prestadores una oferta diferenciada en el mercado turístico"*.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> [http://www.reportenlinea.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10479:la-provincia-reconocio-a-delta-eco-spa-por-su-desarrollo-sustentable&catid=67&Itemid=87](http://www.reportenlinea.com/index.php?option=com_content&view=article&id=10479:la-provincia-reconocio-a-delta-eco-spa-por-su-desarrollo-sustentable&catid=67&Itemid=87)

## **Propuesta de Planificación Estratégica.** <sup>11</sup>

- Visión a largo plazo (mayor a cinco años)
- Consideración del entorno (F.O.D.A.)
- Identificación de la ventaja competitiva (Océano azul)
- Visión integral de la realidad urbana y de la isla
- Concentración en temas críticos (Contaminación del río)
- Orientación a la acción (Materializar en hechos concretos)
- Fomento y coordinación de la participación de todos los agentes sociales

## **MISION**

Brindar capacitación a empresarios y organizaciones del sector turístico orientadas a generar concientización sobre el turismo responsable y sustentable y un cambio significativo en la cultura organizacional, las estructuras administrativas, ingeniería del valor, recuperación y/o reutilización de desechos a través de la capacitación intensiva y concientización de los líderes de la organización en el Turismo responsable y la sustentabilidad en la prestación de todos los servicios ofrecidos.

## **VISION**

“Ser una capacitadora modelo en turismo sustentable, referente tanto en Tigre como en el resto de la Provincia de Buenos Aires.”

Objetivos a corto plazo:

1. Lograr 5 clientes estables a finales del 2018.
2. Recuperar capital invertido y ganar un 40 % del mismo al finalizar el año.
3. Ampliar la planta de expertos en turismo sostenible a 6 capacitadores.
4. Firmar un convenio de colaboración recíproca con Funeco y el Instituto Superior de Medio Ambiente.

Objetivos a mediano y a largo plazo (1 año a más de 5 años)

1. Venta de un mínimo de 5 (cinco) capacitaciones el primer año.

---

<sup>11</sup> Fuente: Fernández Güell (2000).

2. Crecimiento del emprendimiento con obtención de ganancias a partir del segundo año de operación, con una venta de 12 capacitaciones y no menos de 20 hacia el año siguiente.
3. A partir del 2do año se presentará a todos los clientes que contrataron los servicios propuestas concretas de creación de nuevos espacios de turismo sostenible: dentro de cada emprendimiento la nueva mirada brinda la oportunidad de abrir espacios nuevos como: huertas, senderos de interpretación, construcciones en barro (permacultura), etc. Se buscará lograr un mínimo de contratación de 25% de las propuestas realizadas.
4. Incrementar el número de prestadores de servicios de estas características, aunque no es el objetivo del plan, se suman al capacitar a los emprendedores en estas nuevas herramientas, otros servicios que ofrecen los recursos necesarios para llevar a cabo la nueva estrategia (por ejemplo: proveedores de verdura agroecológica)
5. Lograr reconocimiento dentro del turismo ecológico a Nivel Regional, Provincial y Nacional.
6. Posicionar a la ciudad de Tigre como el principal destino de Buenos Aires de Ecoturismo.

*El Programa "Tigre Municipio Sustentable" , se realiza a partir del relevamiento de más de 120 indicadores de gestión dentro de 2 marcos normativos reconocidos internacionalmente como la "Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad v.4" de la organización Global Reporting Initiative (G.R.I.- Iniciativa de Reporte Global), y la Guía Metodológica ICES "Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles" del BID. Ambos marcos normativos aseguran la revisión de nuestros procesos internos de manera sistemática, nos imponen la responsabilidad de comunicar de manera integral y transparente las acciones desarrolladas, para probar y demostrar los pilares de una conducción ética y nos otorgan las herramientas requeridas para el logro de la innovación en la gestión de los posibles riesgos sociales y medioambientales, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades para mejorar nuestros sistemas con el objetivo de establecer metas.*

*El Municipio de Tigre se ha convertido a partir de su gestión innovadora en ejemplo de otros municipios de nuestro país, logrando a través de su articulación permanente con los vecinos y demás fuerzas vivas locales, generar relaciones valiosas para la implementación de proyectos que*



*procuran la generación de triple impacto: Social, Económico y Ambiental.*  
<sup>12</sup>(Web oficial del municipio de Tigre.2018)

7. Lograr una agenda de actividades de capacitaciones durante todo el año.

## **IMPACTOS DE LAS CAPACITACIONES EN SUSTENTABILIDAD**

Impacto Económico:

- Las capacitaciones generarán nueva perspectiva de utilización de recursos materiales, humanos y tecnológicos generando un movimiento de divisas que incremento el movimiento turístico.
- Las capacitaciones generarán un cambio en la dinámica de los emprendimientos incentivando y promoviendo la inversión en una nueva estructura edilicia y de servicios.

Impacto social:

- Cambio de conciencia de los empresarios de turismo e indirectamente los habitantes de Tigre sobre el impacto del turismo en la ciudad y en la ecología del ecosistema delta Tigre.
- Generación de empleo estable calificado a través de los capacitadores especializados.

Impacto tecnológico:

- El proyecto incorpora las nuevas tecnologías sin descuidar el medioambiente, ya que muchas de las operaciones de reservas serán a través de internet, transferencias bancarias y tarjetas de débito y crédito.
- Nuevas tecnologías de recursos renovables se implementan en el nuevo proyecto: paneles solares, construcciones de adobe, reciclado de materiales.

Impacto ambiental:

- Mínimo impacto del movimiento del turismo al medioambiente.
- Favorece al consumo responsable.

---

<sup>12</sup> <http://www.tigre.gov.ar/tigre-sustentable/>

- Beneficios económicos de la flora y la fauna en beneficio de las comunidades locales.
- Evaluación y gestión de los impactos ambientales.

#### Impacto Turístico:

- Una nueva propuesta para todo el sector que generará la formación de un clúster sustentable. Entendiendo el mismo como:

*“Agrupaciones de empresas y organizaciones de un mismo territorio, que están especializadas en un determinado producto, servicio o actividad, en este caso turístico”, y tiene el origen en los llamados “**distritos industriales**”. El concepto de clúster significa sencillamente **aglomeración y/o proximidad de empresas con características similares o dedicadas a una misma actividad**. Para Porter, se trata de una concentración geográfica de empresas interconectadas, **que tienen una relación a la vez de competencia y de cooperación entre sí**. Un clúster empieza, por ejemplo, con la proliferación de productos especializados (de turismo activo, de salud y belleza, etc.), por parte de un buen número de empresas de un mismo destino. Ello generalmente se debe a la generación o disponibilidad de un recurso turístico más o menos exclusivo. En este caso la SUSTENTABILIDAD.<sup>13</sup>*

## POLITICA DE COMUNICACIÓN

Se promocionará y comunicará través de una presentación personal con los organizadores de la empresa que se desea captar para ofrecer la capacitación donde, a través de un power point, se explicará el proyecto y los beneficios que conllevan ser parte del plan de capacitaciones sustentables.

Para llevar a cabo la venta personal del producto se realiza un relevamiento de los emprendimientos que se adecuan al perfil del comprador.

Luego de una entrevista concertada, se presenta la propuesta mostrando las ventajas a través de una reunión personal con la gerencia de la organización para obtener la información adecuada sobre las necesidades más urgentes de la organización y así poder planificar el seguimiento del plan de acción adecuado a la medida del cliente.

---

<sup>13</sup> <https://klandestinos.wordpress.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/>

A partir de este análisis detallado del perfil del cliente, se elabora una carpeta detallando el plan de acción con sus distintas modalidades, tiempos, programas, presupuestos y actores a interactuar según la necesidad observada.

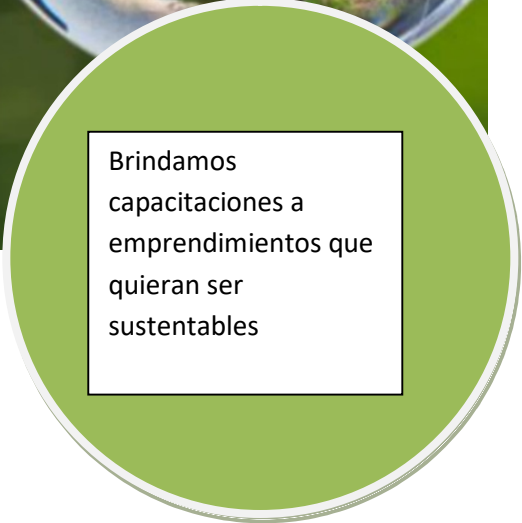
También se transmitirá a través de Publicidad en Social Medias, workshops de turismo sustentable, boletines informativos del Municipio que fomentan el turismo ecológico en el Delta, flyers en la ciudad de Tigre.

MODELO DE FOLLETO

# "Eco.delta consultora"



"Cuidar el ambiente, tiene más beneficios para su emprendimiento turístico"



Brindamos capacitaciones a emprendimientos que quieran ser sustentables



CAPACITADORES  
DELTA TIGRE

[www.capacitandosustentabilidad.delta.com](http://www.capacitandosustentabilidad.delta.com)

Consejos para ser un emprendimiento turístico responsable.<sup>14</sup>

- Utiliza los recursos naturales, como el agua y la energía, con moderación.
- Escoge las rutas más razonables en tiempo y en distancia, utilizando los medios de transporte que sean menos contaminantes, aunque no sean precisamente los más cómodos o a los que más estemos acostumbrados.
- Como servicio turístico responsable tener una actitud responsable con la comunidad local.
- Trata de minimizar la generación de residuos. Cuando tienes que deshacerte de un residuo, hazlo de la manera más limpia que facilite el lugar.
- Re-utiliza tus botellas y decía no a las bolsas plásticas.
- En un espacio natural esfuérate para que la única huella que dejes atrás sea la de tu calzado, mantenerte en los senderos, estos están diseñados para disminuir la erosión causada por el tránsito de los visitantes.
- Deja todo como lo encontraste, no remuevas nada que pueda ser parte del equilibrio natural como piedras, plantas, restos fósiles, etc.
- Disfruta de la naturaleza pero no persigas ni toques a los animales silvestres. Reporta los daños ambientales a las autoridades.
- Participa en actividades de conservación local.
- Al comprar regalos y recuerdos busca productos que sean hechos en la cultura local, así favorecerás la economía de los pueblos y la diversidad cultural.
- Honra y respeta a los habitantes de las comunidades locales que visites, ellos tienen mucho que aportarte.
- Respeta los hábitos locales, demuestra comprensión ante situaciones que resultan distintas a tus costumbres.
- Recuerda que tu eres un invitado – no hagas nada que no harías en casa.

---

<sup>14</sup>[www.tierranatural.com.ar/turista.php](http://www.tierranatural.com.ar/turista.php)

### **Web Site:**

Se creará una página en Internet que refleja y comunica los atributos de nuestro negocio.

Una web site ágil, rápida, de fácil localización, aprovechando la potencialidad de la marca turística. Nuestra web tendrá funciones de información, comercialización y servicio al cliente.

La web será [www.capacitandosustentabilidad.delta.com](http://www.capacitandosustentabilidad.delta.com) y también se extiende por página [www. Tierra Natural. Viajes conscientes](http://www.Tierra Natural. Viajes conscientes)

En la web estará la invitación para conectarse con las diversas opciones para las capacitaciones presenciales y on-line.

Redes Sociales: Participará de una red social que permitirá llegar a distintos clientes, su utilización es similar a la web site, pero apunta más a fortalecer los vínculos con los clientes ya que son más ágiles y nos permite actualizar la información diariamente.

Los talleres específicos sobre temáticas ambientales y promociones especiales serán promovidos a través de las redes.

Se subirán a las redes los servicios de capacitaciones en todas sus modalidades (on-line y presencial) con ofertas especiales según época del año.



Workshop : En los eventos de comercialización y promoción turística en que se dan en las exposiciones de Turismo se expondrá un stand de capacitaciones ya que son ideales para generar y fortalecer vínculos, especialmente para el segmento.

Se participará estratégicamente, con tarifarios y políticas claramente definidas.

Promoción dirigida a prestadores turísticos interesados en la ecología y el cuidado del medio ambiente a través de redes sociales y asociaciones eco ambiental.

## **Calidad**

Las capacitaciones serán exitosas si al medir la satisfacción del cliente (emprendimiento turístico sustentable) a través de una herramienta de distinción para hoteles, cabañas y complejos según su grado de compromiso con el ambiente en el que están emplazados se encuentra una respuesta altamente positiva sobre los cambios percibidos.

Los establecimientos distinguidos son aquellos que disponen o han readecuado sus instalaciones para hacer un uso racional del agua, energía y gestión de los residuos.

Al mismo tiempo se elaborarán encuestas de satisfacción sobre la calidad de las capacitaciones a los mismos estudiantes para medir también la calidad de las mismas entre los empleados que las realizan.

La misma será realizada a los mediante la encuesta de satisfacción de servicios y podrán realizarla vía mail.

Pensar en calidad nos permitirá afrontar el reto de la competitividad y la asociatividad conjuntamente. Implementar un Plan de Calidad generará importantes cambios en la organización capacitadora con efectos directos en la satisfacción del cliente, en la gestión y optimización de recursos.

Primer encuesta vía mail a los empleados o capacitados.

Al finalizar las capacitaciones se entregarán las entrevistas de calidad de las

Capacitaciones evaluando de 1 a 5 los distintos aspectos:

Utilizaremos la escala Likert.

1 =MUY CONFORME

2=CONFORME

3=NI CONFORME NI DISCONFORME

4=DISCONFORME

5=MUY DISCONFORME

CALIDAD DE LAS CAPACITACIONES	
<b>INFORMACION BRINDADA:</b> Variedad en los ejemplos Cantidad de datos Utilidad o eficiencia	
<b>EXPOSITORES:</b> Nivel de conocimiento Amabilidad en el trato Claridad en la exposición	
<b>PEDAGOGIAS UTILIZADAS</b> Motivación en la clase Comprensión de textos Comprensión de Videos Evaluaciones claras Materiales escritos	
<b>ACOMPANAMIENTO TUTORIAL</b> Acompañamiento durante la cursada Acompañamiento en la implementación de lo aprendido	
<b>TIEMPO</b> Cantidad de horas de clases teóricas Cantidad de horas de seguimiento en la implementación	
<b>MATERIALES</b> Bibliografía Recursos tecnológicos	
<b>EVALUACION GENERAL</b>	



## **POLITICA DE PRECIOS**

- Estructura de costos:

Costos fijos

Internet: Servicio mensual de tele red: \$1000

Telefonía: Servicio mensual Tele red. \$500

Folletos: \$ 500 por capacitación

Mantenimiento pagina web: \$2.500 por año

El curso completo general para la organización tiene un valor de: \$30.000

Cantidad de personas: 10 integrantes por curso.

Duración: 30hs .divididas en cinco días.

Contenidos<sup>15</sup>:

Turismo sustentable y Patrimonio cultural- La problemática del desarrollo turístico. - Concepto de desarrollo sustentable - Las relaciones entre desarrollo y crecimiento - El medio ambiente como escenario de las actividades turísticas Necesidad de minimizar el impacto del desarrollo turístico- La revalorización del medio ambiente como bien común y como recurso indispensable en una estrategia de desarrollo local sustentable- El uso racional de los recursos naturales: preservación y conservación- El impacto en las comunidades locales.<sup>16</sup>Aspectos legales y financieros del patrimonio- El ecoturismo-Ecoturismo, Interpretación y comunicación del patrimonio-Integración y el equilibrio entre la protección y el desarrollo - la interpretación y evaluación de los sitios patrimoniales-Cómo crear un proyecto turístico sustentable Fundamentos del turismo sustentable -Obstáculos para el

---

<sup>15</sup> <http://www.sceu.frba.utn.edu.ar/e-learning/cursos-online/Turismo-y-Hoteleria/Como-encarar-los-Emprendimientos-Turisticos-Sustentables/temario.html#iniciotemario>

<sup>16</sup> <http://unrn.edu.ar/blogs/maydt/files/2012/08/LOLICH-PROGRAMA-MAYDT-carrera-Turismo-UNRN1.pdf>

turismo sustentable-Beneficios y costos del turismo sustentable-Sustentabilidad ambiental, económica y social Turismo accesible-Bio turismo- Elaboración de un proyecto de actividad turística sustentable- Clientes-Principales componentes del producto-Infraestructura y servicios-.Comunicación-Elaboración de un proyecto de alojamiento turístico sustentable -Ahorro de agua y energía-Tratamiento de residuos-Diseño de eventos sostenibles-Concientización para huéspedes-Comunicación.

Costos variables:

Se suma la variable:

Pernocte en cabañas, hoteles, hosterías: por persona por día facilitadas por los propios prestadores de los servicios

Gastronomía: por persona por día facilitadas por los propios prestadores de los servicios

Lancha remis: Dependiendo distancia del prestador (desde 180 \$x persona)

Lancha colectiva: Dependiendo distancia del prestador (desde 150 \$x persona)

Vehículo de apoyo: \$2000 por día

Gastos generales (propinas, material didáctico): \$1000 por día.

Honorarios capacitador por hora: \$1000

A los fines de la definición del precio, se consideró como referencia otras capacitaciones.

Con relación a capacitaciones similares la ventaja competitiva es que es ofrecido a la empresa y no al individuo en particular.

Una capacitación individual es valuada en 280 Euros actualmente, que equivale a \$8000 aproximadamente.

Capacitaciones on line: Instituto superior medioambiente:

Eco diseño de productos y servicios: 60hs \$ 9.154.

Capacitaciones en el día: \$2000 por persona.

Capacitaciones mensuales dos veces por semana: \$15000 por persona

Estrategia de mercado.

Se establecerá como estrategia para empezar una promoción de capacitación general por grupo de 10 personas en forma gratuita abierto a todos los emprendimientos interesados para que conozcan de qué se trata.

Luego de lograr una mejor participación con precios acordes al mercado para poder penetrar en el mismo, ofreciéndolo como un servicio del mercado y obtener una buena reputación, se establecerá precios exclusivamente del prestador por integrante.

- Estacionalidad de la demanda:

Se prevé cierta estacionalidad en la época de alta temporada turística: verano y vacaciones de invierno ya que los emprendimientos estarán más ocupados con la prestación intensiva de sus servicios.

## **POLITICA DE COMERCIALIZACION**

Como se comercializará el proyecto:

La consultora “Eco tigre” es la cara visible de toda la política de comercialización.

Viabilidad Técnica:

Las posibilidades hoy facilitadas por los mismos prestadores en materia de comunicación colaboran en todos los procesos de la capacitación.

Los social medios serán la gran herramienta de expansión.

Viabilidad geográfica:

La cercanía de los prestadores fomenta la red de relaciones.

#### Viabilidad Económica:

El interés del municipio por generar redes de interacción que colaboren con el cuidado de la biosfera nativa y el medio ambiente apoyara a las empresas involucradas.

Pero los recursos económicos los generan las mismas las mismas organizaciones.

#### Viabilidad legal:

La actividad está legalmente permitida y se puede constatar en la:

<sup>17</sup> *LEY DE CONTRATO DE TRABAJO: Ley 24.576: capítulo VIII al título II de la ley) y del rubro (octubre-1995)*

De la formación profesional *trabajadores*

#### Viabilidad social

La aceptación del habitante de Tigre para el logro de una mejor calidad de turismo sostenible será el principal factor de de viabilidad social, junto con el mejoramiento del empleo a partir de la implementación de las capacitaciones.

---

<sup>17</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/29743/norma.htm>

## **Conclusiones.**

El proyecto generará recursos de formación en materia de sustentabilidad, para que se pueda gestar una red de prestadores con la misma visión de “cuidando el ecosistema” ganamos todos.

Al promover nuevos recursos a través de las capacitaciones formaremos agentes de protección del Delta y al mismo tiempo el prestador se beneficiará con el aumento de turistas interesados en esta moda “Green”.

El lema: “cuidando el medioambiente y la isla del Delta, ganamos todos” regirá el éxito y la promoción de la idea innovadora.

A través de las capacitaciones se obtiene una mirada real y renovadora de todos los servicios turísticos para ampliar los agentes de cambio hacia una conciencia integral del cuidado del planeta.

Las capacitaciones además son fuente de empleo y productividad para la Isla y la ciudad de Tigre promoviendo un cambio de conciencia del sector turístico en todos sus ámbitos de desarrollo.

El cambio de conciencia a través de la formación de nuevos agentes de cambio promueve una nueva mirada que se extenderá en el ámbito geográfico y en el tiempo hacia las generaciones futuras.

El proyecto es viable desde todos los aspectos: legal, social, geográfico y económico.

Los emprendimientos turísticos son los protagonistas del cambio de las organizaciones a través de la formación de sus empleados y la conciencia de la importancia de esta nueva tendencia que paso de ser una moda a una necesidad fundamental del planeta para el presente y las generaciones futuras.

Gabriela Verónica Cartolano.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:**

Rubén Quintana y Elizabeth Astrada; Documento de Trabajo: Elementos para una planificación estratégica de la región del Delta del río Paraná.

[http://www.twitter.com/vivi\\_tigre](http://www.twitter.com/vivi_tigre)- [www.vivitigre.gov.ar](http://www.vivitigre.gov.ar)

YORY, Carlos Mario, (Septiembre 2000) "La Planificación Estratégica y la participación de los actores sociales locales" Revista Internacional de Desarrollo Local. Vol. 1, N. 1.

<http://tierranatural.com.ar/filosofia.php>