



## **TRABAJO FINAL DE GRADUACION**

### **ECO DOMOS TIGRE- COMPLEJO SUSTENTABLE**

**Zona Norte- Provincia de Buenos Aires**

**ALUMNA: ALICIA CAROLINA AMOIA  
CARRERA: LIC. EN TURISMO  
UNIVERSIDAD: FASTA  
PROFESOR TITULAR: WALTER A. DE POI  
AÑO: 2018**

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>5</b>
 <b>CAPITULO 1:</b>	
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>6</b>
<b>I.    Nombre del proyecto.....</b>	<b>6</b>
<b>II.   Presentación de la idea .....</b>	<b>6</b>
<b>III.  Destino donde se desarrolla el proyecto .....</b>	<b>7</b>
<b>i.    Características del destino .....</b>	<b>11</b>
<b>ii.   Estado de desarrollo de turismo local .....</b>	<b>12</b>
<b>iii.  Caracterización del medio físico .....</b>	<b>17</b>
 <b>CAPITULO 2:</b>	
<b>ANALISIS F.O.D.A.....</b>	<b>26</b>
<b>I.    Análisis interno .....</b>	<b>26</b>
<b>II.   Análisis externo .....</b>	<b>27</b>
 <b>CAPITULO 3:</b>	
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>30</b>
<b>I.    Misión.....</b>	<b>30</b>
<b>II.   Visión .....</b>	<b>30</b>
<b>III.  Valores.....</b>	<b>30</b>
<b>IV.   Objetivos .....</b>	<b>31</b>
 <b>CAPITULO 4:</b>	
<b>PERFIL DEL MERCADO.....</b>	<b>33</b>
<b>I.    Mercado meta.....</b>	<b>34</b>
<b>II.   Segmentación geográfica.....</b>	<b>36</b>
<b>III.  Segmentación comportamental.....</b>	<b>37</b>
<b>IV.   Segmentación geográfica y social.....</b>	<b>38</b>
<b>V.    Competencia.....</b>	<b>39</b>
 <b>CAPITULO 5:</b>	
<b>I.    Descripción detallada del producto.....</b>	<b>42</b>
<b>II.   Domo geodésico.....</b>	<b>43</b>
<b>III.  Localización de los domos.....</b>	<b>45</b>
<b>IV.   Estructura y servicios de los domos.....</b>	<b>47</b>

V.	Plan de trabajo.....	51
VI.	Estructura sustentable.....	52
 <b>CAPITULO 6:</b>		
<b>ESTRATEGIA DE MARKETING.....</b>		<b>55</b>
I.	Posicionamiento.....	55
II.	Marca producto.....	55
III.	Estrategia en relación al cliente.....	56
IV.	Estrategia comunicación.....	57
V.	Estrategia servicio.....	57
 <b>CAPITULO 7:</b>		
<b>POLITICA DE PRECIOS.....</b>		<b>58</b>
 <b>CAPITULO 8:</b>		
<b>POLITICA DE COMUNICACIÓN.....</b>		<b>59</b>
 <b>CAPITULO 9:</b>		
<b>CANALES Y POLITICA DE COMERCIALIZACION.....</b>		<b>64</b>
 <b>CAPITULO 10:</b>		
<b>CALIDAD TURISTICA.....</b>		<b>65</b>
<b>Modelo encuesta .....</b>		<b>66</b>
 <b>CAPITULO 11:</b>		
<b>EVALUACION PROYECTO.....</b>		<b>68</b>
i.	Viabilidad técnica.....	68
ii.	Viabilidad comercial.....	68
iii.	Viabilidad económica.....	68
iv.	Viabilidad social.....	69
II.	Conclusión.....	69
 <b>BIBLIOGRAFIA</b>		
<b>ANEXOS</b>		
<b>NOTICIAS RELACIONADAS CON EL SECTOR</b>		

## **INTRODUCCION**

El sector turístico siempre ha sido considerado uno de los ejes de la economía de los diferentes países porque genera beneficios como creación de empleo, ingreso de divisas, produce inversión, contribuye a la balanza de pagos, provoca un desarrollo regional entre otros aspectos positivos. Pero hay ciertas cuestiones que no se han tenido en cuenta a la hora de planificar la actividad, dejando de lado la visión del turismo como actividad integradora que tenga en cuenta también aspectos sociales, económicos y por supuesto medio ambientales a un largo plazo, planteándose como una actividad rentable y perdurable en el tiempo, un Turismo Sustentable.

Las cuestiones sobre el desarrollo del Turismo sustentable son tomadas más seriamente hoy en día, por diferentes Organizaciones, Empresas y Gobiernos quienes muestran una creciente preocupación por el futuro del planeta, salvaguardando los destinos para el aprovechamiento de las generaciones futuras.

Siguiendo la creciente conciencia mundial sobre preservación del planeta, este trabajo surge como un interés personal, para que desde este nuevo proyecto en la zona se genere conciencia ecológica y se cree así otro concepto de turismo en el Tigre.

Un tipo de turismo enfocado al esparcimiento y contemplación de la naturaleza pero siendo cuidadosos de la misma, intentando reducir al máximo todo impacto negativo en el medio ambiente. Mostrando que se puede reactivar turísticamente la zona sin necesidad de dañarla, creando múltiples beneficios perdurables en el tiempo y para generaciones futuras.

## **CAPITULO 1:**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

I. **NOMBRE DEL PROYECTO:** Eco Domos Tigre.

II. **PRESENTACION DE LA IDEA:**

Construcción y puesta en marcha del complejo sustentable Eco Domos Tigre en la zona del Delta de Tigre.

Es un complejo porque cuenta con servicios de alojamiento y de un pequeño espacio anexo dedicado a promover el cuidado del medio ambiente también abierto a la comunidad y cuyas características serán descritas a lo largo del presente trabajo.

Eco Domos Tigre no solo tendrá la característica distintiva de la sustentabilidad, sino se presenta como una propuesta innovadora al alojamiento turístico tradicional.

Para ello contará con eco domos, los cuales utilizan una arquitectura amigable y respetuosa de la naturaleza. Estas construcciones en forma de domos son de bajo costo, fácil instalación, bajo impacto natural y sumamente confortables y atractivos para el visitante.

Esta nueva estructura de alojamiento, “los domos”, es única en la provincia la zona de Tigre y se han comprobado el éxito en su implementación y recepción en varios lugares del mundo<sup>1</sup>.

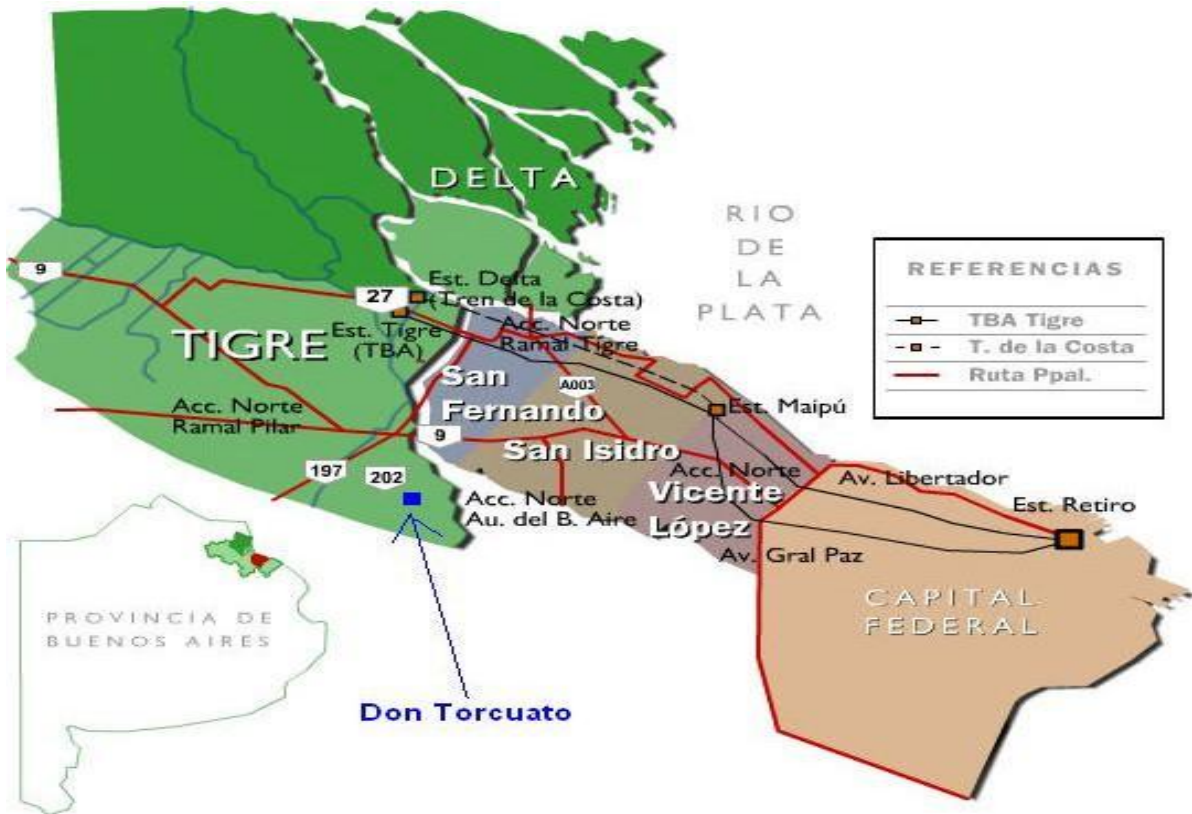
En resumen, la idea de este proyecto es brindar contacto directo con el ambiente natural, una de las principales riquezas de la zona, basado en la sustentabilidad, creando conciencia de su cuidado desde la vivencia y la práctica, promoviendo al lugar, como una experiencia.

---

<sup>1</sup> <http://jetnews.com.mx/los-domos-para-hospedarse-mas-impresionantes-del-mundo/>

### III. DESTINO:

Delta del Tigre, Provincia de Buenos Aires. El partido de Tigre está situado en la zona norte del Gran Buenos Aires, a 32 km de la Capital Federal y a 96 kilómetros de la ciudad de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires. Limita con los partidos de San



Martín, San Isidro, San Fernando, San Miguel, Malvinas Argentinas y Escobar.

Fuente: Tigre Tiene Todo. <http://www.tigretienetodo.com.ar>

### ACCESOS

#### EN TREN

La ciudad de Tigre cuenta con dos estaciones de ferrocarril, TIGRE y DELTA.

RETIRO-TIGRE (servicio directo de la línea Mitre TBA). Los trenes a Tigre parten desde la Estación Retiro, línea Mitre, plataformas 1 o 2. En días hábiles, la frecuencia de los servicios es cada diez minutos hasta medianoche mientras que los fines de semana los trenes circulan cada treinta minutos. El viaje de Retiro a Tigre demora alrededor de 50 minutos.

RETIRO-DELTA (conexión en Estación Mitre- de TBA- con Estación Maipú de Tren de la Costa). Otra alternativa es tomar en la Estación Retiro, línea Mitre, generalmente desde

plataformas 3 o 4 el tren con destino a Estación Mitre donde se puede realizar una conexión con el Tren de la Costa. Una vez que se arriba a dicha estación se debe cruzar el puente, que se ubica sobre Avenida Maipú, y que conduce a la Estación Maipú del Tren de la Costa, donde puede tomar el tren con destino a Estación Delta, en ciudad de Tigre.

El Tren de la costa cuenta con dos tipos de tickets, uno válido para la realización del trayecto Maipú-Delta y otro que posibilita al visitante descender en distintas estaciones sin abonar ningún extra (puede descender en las estaciones que desee en la misma dirección). El Tren de la Costa circula cada veinte minutos todos los días.

### **EN COLECTIVO**

El colectivo de la línea 60 parte desde Constitución y tiene diversas paradas a lo largo de la Ciudad de Buenos Aires. Toma aproximadamente una hora y media en llegar a Tigre. El servicio más rápido se identifica con un cartel verde con la palabra PANAMERICANA (toma la autopista).

El recorrido de esta línea se detalla a continuación:

Calle Constitución, Salta, Humberto 1º, Luis Sáenz Peña, Av. de Mayo, Av. Rivadavia, Av. Callao, Lavalle, Ayacucho, Av. Las Heras, Plaza Italia, Av. Santa Fe y otras.

Otras líneas: 343, 38, 203 (D), 365 (Luján), 720.

### **EN AUTOMOVIL**

El acceso más rápido a Tigre es a través de la Autopista del Sol. El viaje toma 30 minutos aproximadamente. Desde el Obelisco se toma la avenida 9 de Julio hasta el empalme de la autopista Illia, donde se abona el peaje. Luego se toma por avenida Costanera hasta la autopista Acceso Norte o Panamericana. Tras 6 kilómetros, en la bifurcación, debe seguirse a la derecha el ramal Tigre hasta esa localidad. Se recorre poco más de 30 kilómetros.

### **POR VIA FLUVIAL**

Calles y avenidas transversales y canales paralelos: Av. Dique Luján (Canal Los Sauces), Av. América (Canal Bouchard), Av. Villanueva (Canal Villanueva), Mariano Moreno (Canal Rioja), Cnel. Juan Rocha (Canal Central), Av. Benavídez y J.J. Viamonte (Canal Benavidez), M. Díaz, Dellepiane, De la Peña, Canal Arroyo Guzú Nambí, Gobernador Ugarte, Dr. C. De Noel, R. Castiglione, R. Obligado, Gral. Mitre, Sarmiento, Alnte. Brown.

## **MARCO HISTORICO**

### **Fundación de la ciudad**

Tigre, denominado antiguamente Las Conchas, fue la cuna de importantes episodios de la historia argentina. Hoy en día el visitante puede percibir su historia en sus museos y antiguas casonas que se ubican en la ciudad.

Desde mucho antes que llegaran los españoles al Río de la Plata a principios del siglo XVI, las tierras del actual Partido de Tigre, estaban pobladas, sin bien muy escasamente, de indígenas Guaraníes que vivían de la pesca y el cultivo de maíz.

La colonización de estas tierras se inició con la segunda fundación de Buenos Aires por Don Juan de Garay. En el documento del 24 de octubre de 1580, donde éste deja constancia del reparto de tierras, se menciona la cuenca del Río de las Conchas (nombre que hacía alusión a la gran cantidad de conchillas que se encontraban en el lecho de este río y que dio origen al primer nombre de este poblado).

Pocos años después, el Cabildo reconoció la existencia de distintos pagos en las afueras de Buenos Aires, incluyendo el de Las Conchas.

Con el paso del tiempo fueron poblándose estas comarcas por labradores que vivían con sus familias de los productos que les proveía la tierra y cuyo principal cultivo era el de trigo. Pronto la población creció considerablemente y nació el poblado que de allí en adelante creció y se afianzó social y económicamente.

Durante la reconquista de Buenos Aires en 1806, el Gral. Liniers desembarcó con su ejército en las costas del Río de Las Conchas (hoy Río Reconquista) y organizó la reconquista de Buenos Aires en la casa de un vecino de la comarca donde actualmente se encuentra el Museo de la Reconquista.

En 1812 el pueblo fue saqueado por los realistas. Tiempo después varios habitantes de Tigre formaron un regimiento llamado "Colorados de las Conchas", al mando del Coronel José M. Vilela, que luchó en las batallas de fronteras por la independencia.

En 1865 el primer servicio de ferrocarril arribó a Las Conchas, incentivando fuertemente el desarrollo del área. Hasta aquel entonces el viaje entre Buenos Aires y Las Conchas demoraba un día entero.

Dos años más tarde hubo una epidemia de cólera. La enfermedad devastó el poblado, manifestándose en forma más severa aquí en Buenos Aires.

Por el contrario, durante la epidemia de fiebre amarilla, que afectó Buenos Aires en 1871, Las Conchas sirvió de refugio a familias adineradas de Buenos Aires. En este período varias



casonas fueron construidas en el área. Una vez que la enfermedad se erradicó muchas de estas mansiones fueron utilizadas como residencias de verano. En las primeras décadas del siglo XX esta zona se convirtió en el destino predilecto de la aristocracia porteña para tomar sus vacaciones de verano.

Por aquel entonces ambos, la ciudad y el Delta eran elegidos por escritores, políticos y otras personalidades del momento, entre ellos se destacan: Marcos Sastre y Domingo Sarmiento (de quien se conserva una de sus casas en el Delta, ubicada sobre el río que lleva su nombre, en donde hoy en día funciona un museo).

A principios del siglo XX las islas de Tigre se convirtieron en un importante productor de fruta y madera. Esta producción fue mermando progresivamente producto del surgimiento del Valle del Río Negro, un centro productor de frutas que contaba con un sistema de transporte de mercadería terrestre que resultaba más económico que el fluvial. No obstante, hoy en día se encuentran en el Delta algunas quintas donde aún se cultivan frutales y producen exquisitas conservas y licores.

En 1916 el arribo del tren eléctrico produjo un mayor número de turistas e incrementó la popularidad de las islas del Delta. En esos años, el Tigre Club donde funcionó el primer casino en Argentina y un hotel de lujo, el Tigre Hotel, se establecieron en la ciudad así como también comenzaron a surgir algunos recreos en el Delta.

Hoy en día, la ciudad combina matices de su esplendoroso pasado en sus grandes casonas de la Belle Époque y sus museos, con una moderna infraestructura símbolo de su actual progreso<sup>2</sup>.

### **Origen del nombre**

En la zona del Partido de las Conchas e islas, existían yagüaretés (tigre americano), que perseguían sigilosamente a los ciervos que abundaban en la zona y los cuales buscaban refugio, cruzando el río a la ribera opuesta, donde generalmente les daban muerte<sup>3</sup>.

Habitaban cazadores, pero una pareja - hombre y mujer - muy mentados por su habilidad para darles caza sin que pierda valor su cuero, los atrapaban utilizando una canoa muy primitiva, que con destreza hacían navegar silenciosamente esperándolos en tierra firme. Con el brazo izquierdo envuelto en un trapo y en el derecho el cuchillo, los enfrentaban y de acuerdo al salto del animal, se corrían por debajo de éste y dirigían el puñal al corazón, volcándose hacia la izquierda.

---

<sup>2</sup> <http://www.librodetigre.org/historia.html>

<sup>3</sup> <http://tigre.galeon.com/textos/historia/resehist.htm>

Algunos yagaretés se habían refugiado cerca de lo que actualmente es la estación del ferrocarril y ésta pareja les dio caza no sin antes tener como trofeo muchas marcas de sus garras en el cuerpo.

De allí proviene el nombre de Tigre, que primero se le dio a la planta urbana y que actualmente lo lleva todo el Partido.

### **Población de la ciudad**

Tigre tiene 380 709 habitantes según censo 2013 (INDEC, 2010).<sup>4</sup>

La superficie es de 360 km<sup>2</sup>.

La tasa de analfabetismo es del 1,7%.<sup>5</sup>

#### **i. Características del destino: Industria y Economía**

### **Característica de la Economía e Industria de la Ciudad**

En el pasado, esta zona se caracterizaba por ser un lugar de producción de frutas y verduras, principalmente para proveer de ellas a la ciudad de Buenos Aires. En la actualidad se explota la industria maderera y el turismo. A continuación se detalla su crecimiento y evolución.

### **Crecimiento del desarrollo de economía, infraestructura y empresas**

Los más diversos medios periodísticos vienen reflejando casi a diario una suerte de redescubrimiento de Tigre, así como un gran crecimiento urbano<sup>6</sup>.

Este renacer del Tigre progresista de nuestros días, como lo fue en las primeras décadas del siglo, viene dado por la concreción de una serie de obras públicas que han beneficiado su infraestructura<sup>7</sup>. Por citarse alguna de las grandes líneas de trabajo referentes a este tema pueden enumerarse substanciales mejoras en el control de las aguas de todas las cuencas hídricas involucradas en el distrito, la remodelación integral de caminos troncales, la pavimentación de más de 1700 cuadras y la iluminación de extensas áreas<sup>8</sup>. En la propia ciudad de Tigre, la nueva estación del Ferrocarril Mitre, con la prolongación del acceso

---

<sup>4</sup> [https://www.indec.gob.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=2&id\\_tema\\_2=41&id\\_tema\\_3=135](https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135)

<sup>5</sup> Archivo general Municipalidad de Tigre

<sup>6</sup> <https://www.lanacion.com.ar/735444-tigre-un-fenomeno-de-crecimiento-urbano>

<sup>7</sup> <https://www.diariopopular.com.ar/norteno/analizaron-mejoras-estaciones-tigre-n338102>

<sup>8</sup> <http://www.tigre.gov.ar/noticias/tigre-realiza-mejoras-del-espacio-publico-en-troncos-del-talar/>

mediante la Av. de las Naciones Unidas y la renovación del Paseo Victorica<sup>9</sup> con su paisaje urbano íntimamente ligado a la naturaleza, además de otras numerosas parquizaciones, son tan apreciados por los propios vecinos cuanto por los visitantes que encuentran este nuevo Tigre.

Pero si algo hay que destacar, es la pronta y amplia respuesta de la actividad privada que ha puesto sus ojos y sus capitales en la zona para concretar emprendimientos que, apoyados en la infraestructura desarrollada, suman progreso al lugar con obras que van desde atracciones recreativas a numerosos -más de 80- emprendimientos urbanísticos de distintos niveles. Claro está que en el terreno de las inversiones privadas que deben sumarse también a nuevas ofertas para el turismo y en particular el mini turismo.

A propósito de este tema, la creación del Ente Municipal de Turismo redobla el esfuerzo de la Comuna por competir en el exigente mercado de la industria. La radicación de diversos establecimientos productivos, en particular en torno a la nueva Panamericana es otro aspecto del desarrollo del distrito.

Obras de infraestructura y actividad privada confluyen en la generación de fuentes de trabajo en el área de la producción y fundamentalmente de los servicios como consecuencia lógica del proceso económico que en beneficio de los vecinos se desprende de esta etapa de transformación.

Puede afirmarse que este resurgir del extremo de la zona norte del perímetro conurbano como uno de los más importantes polos de desarrollo de la Provincia de Buenos Aires.

## **ii. Estado de desarrollo del turismo local**

Tigre es uno de los puntos más visitados por sus atractivos. Sus sitios de interés turístico y entretenimientos son para todos los gustos, edades y presupuestos: casino, parque de diversiones, paseos a orillas del río, restaurantes, ferias artesanales, shows en vivo, teatro, etc.<sup>10</sup> Pero sin duda el Delta es su principal riqueza, su paisaje natural de ríos y exuberante vegetación hacen que Tigre sea una atracción única fuera de la Capital y a muy pocos kilómetros<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> <https://www.lanacion.com.ar/1035213-tigre-renovado>

<sup>10</sup> <http://www.telam.com.ar/notas/201612/174232-tigre-visita-turistas-delta.html>

<sup>11</sup> Informe EL PATRIMONIO HISTÓRICO-CULTURAL EN LA OFERTA TURÍSTICA DE TIGRE (BUENOS AIRES) HOY. Eje temático: Turismo y Patrimonio Autora: Romina Daniela Iuso - "Turismo y territorio", dirigido por Rodolfo Bertonecello, del Instituto de Geografía de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.  
<http://observatoriageograficoamericalatina.org.mx/egal15/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/48.pdf>

En relación a los museos y lugares históricos, la ciudad tiene mucho para visitar y para revivir la historia de la Argentina, pero aún no está muy desarrollada su promoción<sup>12</sup>.

En cuanto a los deportes, el remo es el principal, y cada vez es más la gente que se suma a esta actividad suscribiéndose en los numerosos clubes náuticos que brindan clases y equipos con precios accesibles. Cuenta con gran variedad de actividades en contacto con la naturaleza como caminatas, safaris fotográficos y avistaje de aves, acompañadas de excursiones en catamaranes o lanchas son ideales para ver y disfrutar el paisaje.

El alojamiento en su mayoría cuenta con buenos servicios, pero en general no tienen en cuenta el tema de la sustentabilidad. Punto importante y a considerar por el destino y que será aprovechado para destacar el proyecto Eco Domos Tigre.

Referido a la alimentación, posee una gran variedad de restaurantes con gastronomía en su mayoría parrilla, pastas y minutas, que por cierto tienen muy lindas vistas al río y son muy pintorescas.

En cuanto a los servicios complementarios, Tigre cuenta con lo suficiente como para el suministro a todos los turistas, ya sea en emergencias, seguridad, casas de cambio, bancos, locutorios, correo, etc.

Los accesos a la ciudad son directos, en buen estado y poseen buena señalización. Hay suficientes medios de transporte público como para llegar de diferentes puntos de Buenos Aires y otros puntos del interior. Entre los más frecuentados se encuentra el tren de Retiro-Tigre. En cuanto al transporte fluvial no se han observado inconvenientes<sup>13</sup>.

Las estadísticas avalan el crecimiento sostenido del turismo de la región y particularmente de la Ciudad y Provincia de Buenos Aires.

Según datos revelados por el INDEC a través de su encuesta de ocupación hotelera<sup>14</sup>, se manifiesta que la región CABA concentró el mayor porcentaje de las pernoctaciones del mes, 22,9%, seguida por la región Buenos Aires, 18,0%, y Patagonia, con 17,7%.

Todas las regiones presentaron un crecimiento interanual de las pernoctaciones en relación con el mismo mes del año anterior. Las regiones que se incrementaron en mayor proporción fueron: Buenos Aires, 35,8%; Córdoba, 27,4%; y Norte, 26,9% (cuadro 1).

Las regiones que hospedaron el mayor número de viajeros fueron CABA, 443.950, y Patagonia, 352.714 (cuadro 2). La estadía promedio de los viajeros fue 2,3 noches durante

---

<sup>12</sup> <http://vivitigre.gob.ar/>

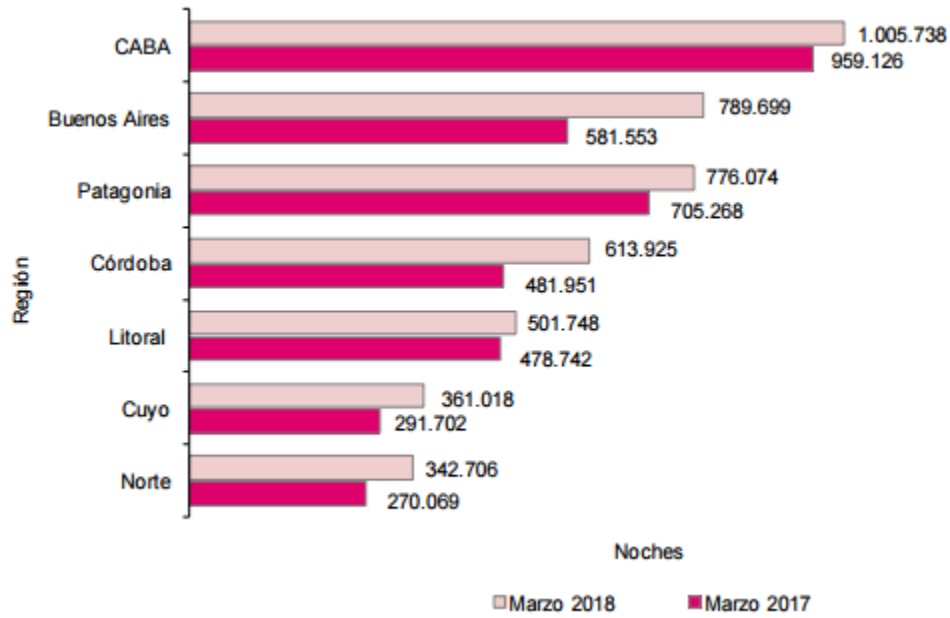
<sup>13</sup> <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php/2008/09/13/queremos-que-tigre-sea-una-ciudad-turistica-2/>

<sup>14</sup> [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh\\_05\\_18.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_05_18.pdf)

marzo de 2018. La región Buenos Aires presentó la mayor estadía promedio, 3,3 noches, seguida por Córdoba, con 2,8 noches (cuadro 2).

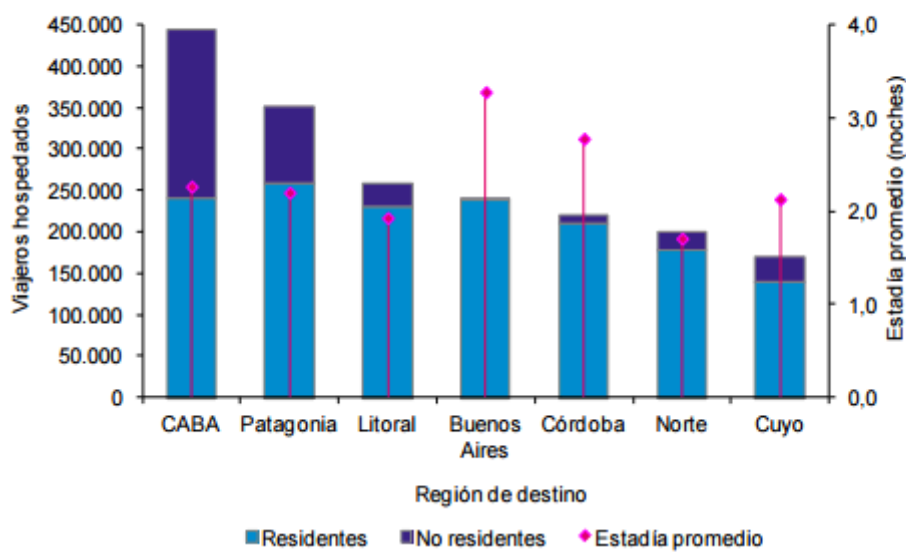
### Cuadro 1:

**Pernoctaciones por región de destino. Total del país. Marzo de 2017 y 2018**



### Cuadro 2:

**Viajeros hospedados y estadía promedio por región de destino, según condición de residencia. Total del país. Marzo de 2018**



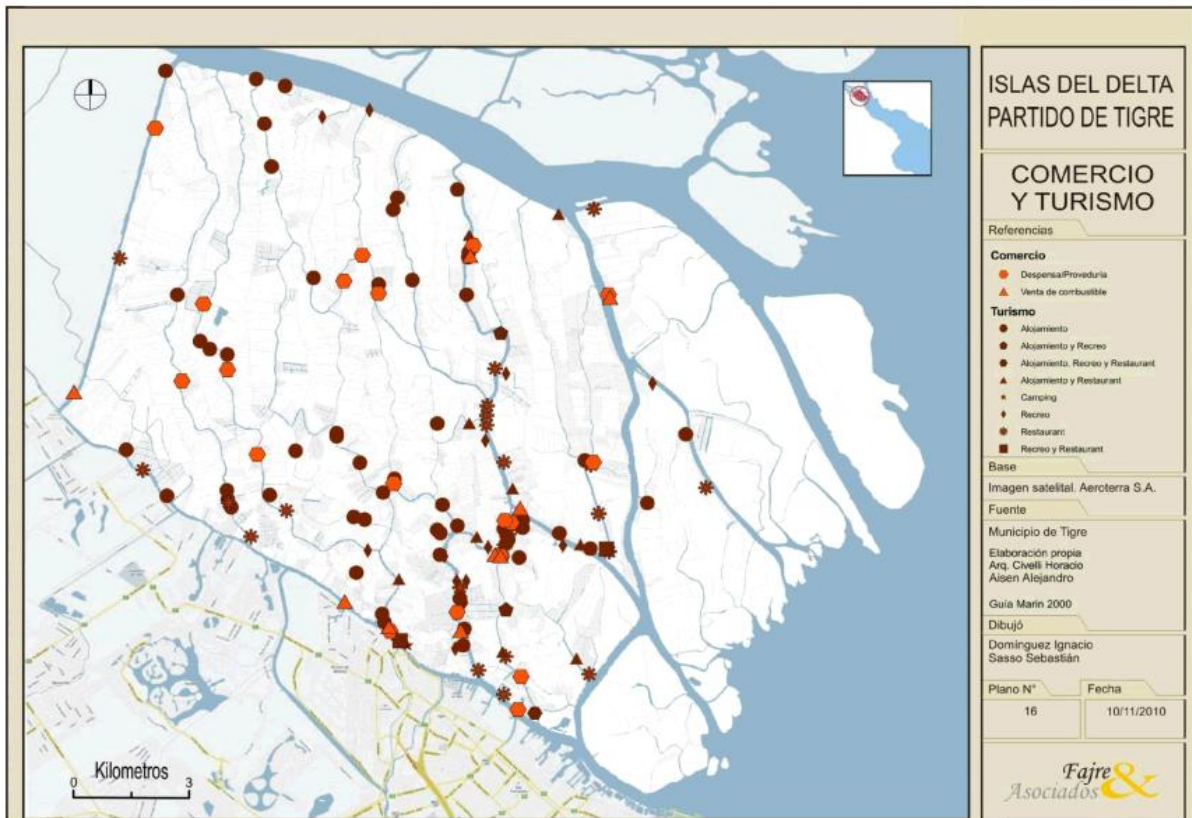
La Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) son realizadas por la Dirección Nacional de Mercados y Estadísticas de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico del Ministerio de Turismo (MINTUR) y por la Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo del INDEC.

### **BREVE ANALISIS DEL SISTEMA TURISTICO DE TIGRE**

PATRIMONIO	PLANTA TURISTICA
<p><b>ANALISIS DE LOS ATRACTIVOS</b></p> <p>Atractivos naturales: Delta del Paraná, Puerto Fluvial de Tigre.</p> <p>Atractivos culturales: Tigre Club “Museo de Arte de Tigre”, Museo Naval de la Nación, Museo de la Reconquista, Museo de la Prefectura Naval Argentina, Museo de Sarmiento, Mercado de Frutos.</p> <p>Esparcimiento: Circuito Paseo Lavalle Victorica (peatonal), Circuito Camino Real (peatonal), Tren de la Costa, Parque de la Costa (diversiones), Casino Trilenium, excursiones isleñas via fluvial.</p> <p>Deportivos: turismo aventura, excusiones y practicas de deportes especializados, lugares de caza y pesca.</p>	<p>Alojamiento: hotelero y extra hotelero con categorías de 4* a 1*. Tigre no es un lugar donde la gente suele quedarse a dormir (por la cercanía con CABA) y si lo hacen lo hacen en las islas del Delta. En los últimos años debido a la gran llegada de pasajeros extranjeros, la hotelería esta resultando insuficiente. No se han creado plazas hoteleras en los últimos años.</p> <p>Gastronomía: gran cantidad de restaurantes, especialmente en el Paseo Victorica. Variada cocina nacional e internacional. Cafés y bares hay pocos.</p> <p>Servicios complementarios para el visitante: oficina de información, servicio de guías, cambio de moneda-bancos, emergencias medicas, seguridad, taxis, remiserías. Solo cuenta con la agencia de viajes Sturla Viajes que comercializa excursiones fluviales. El centro de guías de turismo de Tigre ofrece visitas guiadas.</p>

INFRAESTRUCTURA	SUPERESTRUCTURA
<p>Transporte: a) Terrestre: autopista del Sol, colectivos, red ferroviaria, bus (terminal de buses El Motivo).</p> <p>b) Aéreo: Aeropuerto de Don Torcuato.</p> <p>c) Fluvial: lanchas particulares o colectivas, catamaranes.</p> <p>Comunicaciones: telefonía, correo.</p> <p>Servicios de infraestructura: agua corriente, cloacas, gas natural, recolección de residuos, alumbrado publico, electricidad, telefonía.</p>	<p>Solo cuenta con el Ente Municipal de Tigre quien regula la actividad turística. Existe el Decreto Ley 8912/77<sup>15</sup> para lograr un crecimiento armónico de las diferentes áreas. La presente Ley rige el ordenamiento del territorio de la Provincia, y regula el uso, ocupación, subdivisión y equipamiento del suelo.</p> <p>Se apunta a la capacitación de prestadores de servicios y agencias de viajes, realizando seminarios y jornadas.</p> <p>Escasa regulación para el control de servicios turísticos.</p>

<sup>15</sup> DECRETO-LEY 8912/77- Texto Ordenado por Decreto 3389/87 con las modificaciones del Decreto-Ley N° 10128 y las Leyes N° 10653, 10764, 13127, 13342 y 14449. <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/l-8912.html>



Fuente: documento Base Plan de Manejo Tigre- <http://metropolitana.org.ar/wp-content/uploads/downloads/2013/03/Plan-de-Manejo-Delta-Tigre-Docmento-Base.pdf>

### iii. Caracterización, medio físico

El Delta del Paraná constituye la porción terminal del río Paraná y se extiende aproximadamente unos 300 km, desde el sur de la ciudad de Diamante en la provincia de Entre Ríos (32°05' de latitud Sur), hasta la ciudad de San Fernando en la provincia de Buenos Aires (34°26' de latitud Sur). Dentro del territorio bonaerense, se desarrolla a orillas de las ciudades de San Nicolás de los Arroyos, Ramallo, San Pedro, Baradero, Zarate, Campana, Escobar, Tigre y San Fernando. Se trata de una gran extensión de tierras inundables surcada por numerosos cursos de agua de distinta magnitud que forman, en conjunto, un importante complejo de humedales de agua dulce. La denominación de la región se debe a su forma de letra delta mayúscula ( $\Delta$ ), que se asemeja a un triángulo con su base sobre el estuario del río de La Plata y el río Uruguay. Hacia al Sudoeste y el Nordeste sus límites son, respectivamente, las barrancas que separan el Delta con las llanuras altas de Buenos Aires y Entre Ríos.





Primer plano conocido de la Cuenca del Plata. El Delta es sintetizado como un triángulo  
J. E. Hardoy. Cartografía urbana de América Latina y el Caribe. 1991

Como otros deltas, el del río Paraná es una zona donde un sistema fluvial se encuentra con una gran masa de agua, la corriente disminuye y se van depositando los sedimentos que transporta el río. Sin embargo, este Delta posee una característica particular que es desembocar en un estuario de agua dulce, en vez de en un mar como ocurre habitualmente. Si bien se suele delimitar su área en función de su parte emergida, es importante destacar que dichos procesos de sedimentación continúan una gran distancia por debajo del agua dentro del estuario. La velocidad de crecimiento del Delta del Paraná es variable pero relativamente alta: cada año emergen unos 70 m lineales de terreno sobre el río de La Plata.

Los brazos más importantes en que se divide el río Paraná son el Paraná Guazú hacia el norte y el Paraná de las Palmas hacia el sur. A su vez, otras subdivisiones significativas son los ríos Pasaje Talavera, Carabelas Grande y Paraná Miní. En otros niveles, se bifurcan múltiples cursos de agua que delimitan las denominadas “islas” del Delta del Paraná. Éstas poseen bordes relativamente altos, llamados albardones, y experimentan un descenso topográfico hacia el centro de la isla. La altura de las aguas de los cursos está influenciada no sólo por el régimen hidrológico del Paraná y el Uruguay, dependiente de las precipitaciones más al norte, sino también por el régimen mareal del río de La Plata y los vientos intensos del sudeste (sudestadas). Estos últimos ascienden notablemente el nivel del agua en la zona frontal del Delta.

## El Delta y el Río de la Plata



1. Delta/ 2. Buenos Aires/ 3. Colonia/ 4 La Plata/  
5. Montevideo/ 6. Punta Rasa. / 7. Punta del Este Este

Ancho del Río: Entre La Plata y Colonia 40km, y entre Puntas del Este y Rasa 200km

El clima de la región es templado-cálido, húmedo y con precipitaciones todo el año. La temperatura promedio del año es cercana a los 17 °C, alcanzando los 23 °C en verano y 12 °C en invierno. Los valores extremos de temperatura oscilan entre los 40 °C y los cuatro grados bajo cero; sin embargo, la capacidad calorífica del agua, muy abundante en la región, genera una atemperación térmica en comparación con las regiones vecinas. La humedad es muy alta alcanzando un promedio anual cercano al 80 % y las precipitaciones anuales llegan a unos 1000 mm. Estas características hacen que pueda considerarse el clima de la región semejable con el subtropical.

### Áreas protegidas

Las áreas protegidas provinciales existentes en la región del Delta son:

- **La Reserva Natural Isla Botija**. Ubicada en las islas del partido de Zárate. Es un área natural protegida de nivel provincial, ubicada en el delta del río Paraná correspondiente al sector insular del partido de Zárate, al nordeste de la provincia de Buenos Aires, en el centro-este de la Argentina. En el año 2010 fue ratificada mediante una ley provincial el área bajo protección<sup>16</sup>.
- **La Reserva Natural Delta en Formación**. Comprende las islas, bancos y aguas del frente de avance del Delta e incorpora automática y progresivamente las tierras aluvionales que surjan entre los límites prefijados. Ubicada en el partido de La Plata. Marco legal: 12331/99<sup>17</sup>.
- **La Reserva Natural Isla Martín García**: La Reserva Natural de Uso Múltiple Isla Martín García fue declarada área protegida por ley provincial, quedando bajo la

<sup>16</sup> Se ratificó por ley provincial la Reserva Natural Isla Botija. Diario La Voz de Zárate. Publicado el 12 de noviembre de 2010.

<sup>17</sup> <http://wwwa.opds.gba.gov.ar/ANPSite/index.php/paginas/ver/deltaformacion>

administración del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGyAL) de la provincia de Buenos Aires. La herramienta legal de creación está actualizada y es operativa. Tiene un nivel de implementación bueno y un grado de control aceptable en el contexto de las áreas protegidas provinciales<sup>18</sup>.

- **La Reserva Natural Río Luján y la Reserva Natural Paraná Guazú.** Incorporada con la sanción del Decreto 461/1119.
- **Reserva Municipal de Biosfera Delta del Paraná.** Creada por Ordenanza N° 7470/00 del municipio de San Fernando. La Reserva de Biosfera Delta del Paraná fue designada como tal en el año 2000, comprendiendo unos 900 kms. cuadrados del sector bonaerense del Delta del Paraná, comúnmente llamado “Bajo Delta”, a fin de asegurar la protección del humedal que forma parte integral de éste ecosistema, siguiendo las directivas propuestas por el “Programa el Hombre y la Biósfera -MAB- “de la UNESCO, así como los lineamientos propuestos en la Estrategia de Sevilla<sup>20</sup>.
- A su vez en esta zona se protege bajo la figura de Monumento Natural, al Ciervo de los Pantanos, especie amenazada del litoral argentino.



Ciervo de los Pantanos. Fuente: Fundación Vida Silvestre.

[https://www.vidasilvestre.org.ar/nuestro\\_trabajo/concientizacion\\_y\\_educacion/campanas/dia\\_del\\_medio\\_ambiente/dia\\_del\\_medio\\_ambiente/ecorregiones/delta\\_del\\_parana/](https://www.vidasilvestre.org.ar/nuestro_trabajo/concientizacion_y_educacion/campanas/dia_del_medio_ambiente/dia_del_medio_ambiente/ecorregiones/delta_del_parana/)

---

<sup>18</sup> <http://avesargentinas.com.ar.elsever.com/AICAS/ba06.html>

<sup>19</sup> <http://wwwa.opds.gba.gov.ar/BNSite/index.php/paginas/ver/bosquesdelta>

<sup>20</sup> <http://www.atlasdeladiversidad.net/es/node/162>

## **Estado de situación**

Los primeros pobladores del Delta del Paraná fueron pescadores, cazadores y recolectores de los grupos Guaraníes y Chanés principalmente. Luego de la conquista, no hubo asentamientos importantes pero existía una explotación directa de los recursos, principalmente madera de los bosques, por parte de criollos y europeos. A fines del siglo XIX el Delta experimentó un fuerte aumento de la población correspondiente a colonos europeos que se fueron instalando, transformando el uso del suelo de los albardones para producción frutihortícola, y forestal en menor medida, organizados en unidades familiares pequeñas.

Por último, a partir de mediados del siglo XX, se inició un gran despoblamiento del Delta y se transformó la producción casi exclusivamente hacia la forestal.

Actualmente, amplios sectores de la zona del Bajo Delta del Paraná así como la franja de la ribera del Río de la Plata, se encuentran profundamente alterados, con un importante reemplazo de las comunidades naturales por plantaciones de especies exóticas o urbanizaciones<sup>21</sup>. Las principales amenazas que enfrenta esta región son la modificación del terreno, la contaminación de las aguas, la introducción de especies exóticas y la caza y pesca furtivas, por lo que es prioritaria la creación de nuevas áreas protegidas<sup>22</sup>.



Fuente: Fundación Vida Silvestre

## **PLAN MANEJO DEL DELTA**

El Municipio se ha propuesto realizar, en dos etapas, el Plan de Manejo del Delta para establecer las regulaciones necesarias para ordenar los usos del suelo a fin de proteger las condiciones de calidad paisajística y ambiental propias y diseñar la estrategia de desarrollo sustentable, identificando programas y proyectos que permitan generar oportunidades tendientes a mejorar la calidad de vida de los que lo habitan y lo visitan. Al mismo tiempo

<sup>21</sup>Caracterización realizada por Horacio Sirolli. Proyecto “Recopilación, análisis y diagnóstico de la información existente sobre los bosques nativos en la provincia de Buenos Aires“. Resolución SAyDS 256/09.

<sup>22</sup> <http://www.fvsa.org.ar/situacionambiental/delta.pdf>

establecer mecanismos eficientes para controlar y corregir eventuales efectos negativos resultantes de proyectos de desarrollo y de las obras de infraestructura necesarias.

En las últimas décadas, se ha incrementado notablemente la actividad turística en las islas, favorecida por el crecimiento simultáneo del parque automotor y náutico, así como por nuevos accesos terrestres del área metropolitana, que encausan crecientes contingentes con destino a los embarcaderos y guarderías terrestres. Las demandas de nuevas comodidades residenciales y de servicios en las islas, sumadas a la carencia de un marco regulatorio apropiado para el sector, ha llevado a un crecimiento desordenado, que podría poner en peligro su rol ambiental. La desidia que ha caracterizado la actuación municipal en el Delta, hasta el año 2007 es elocuente:

- El ordenamiento territorial en el Delta del Paraná no es considerado en las normas. El Artículo 59° de la Ley 8.912, cuando refiere la creación o ampliación de núcleos urbanos que limiten con cursos o espejos de agua permanentes, hace mención a que “la zona del Delta del Paraná se regirá por normas específicas”, sin que posteriormente hayan sido definidas por otras normativas posteriores, provinciales o municipales;
- Hasta 2007, no existía Delegación Municipal que atendiera a este territorio ni había sido elegido ningún residente como Concejal electo;
- Hasta 2010, no existía servicio de recolección de residuos en el Delta ni los contribuyentes isleños pagaron jamás tasas municipales por servicios urbanos;
- Según estimaciones del municipio, se ha comprobado por imágenes satelitales del 2010 más de 800.000m<sup>2</sup> sin declarar.

La población, numerosas ONG y el Municipio han manifestado su preocupación por este estado de cosas. El desarrollo de las islas no debe constituir una amenaza para las mismas por falta de reglas que encaucen su manejo. Se debe combinar crecimiento y preservación mediante instrumentos de planificación que orienten la gestión de las islas en un marco de sustentabilidad ambiental. Este rol debe cumplir el Plan de Manejo de las Islas del Delta de Tigre<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Plan de Manejo Delta del Tigre- <http://metropolitana.org.ar/wp-content/uploads/downloads/2013/03/Plan-de-Manejo-Delta-Tigre-Docemento-Base.pdf>

## TURISMO SUSTENTABLE EN ARGENTINA

Con la reforma constitucional de 1994, la Argentina consagra expresamente la protección del medio ambiente. La Constitución Nacional establece: “Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley. Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales. Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales. Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos.”<sup>25</sup>

Con esto lo que se puede apreciar es como desde el Estado hace ya más de 20 años hay una conciencia del cuidado del medio ambiente. Esta conciencia se ha extendido a la sociedad en general y a los empresarios. Han surgido también múltiples de ONGS con el fin de promocionar el cuidado del medio ambiente.

Con respecto al turismo y la hotelería han surgido nuevas temáticas en relación a la ecología. Con esto nos referimos al ecoturismo y a los hoteles eco-friendly. Esto genera un valor agregado con respecto a huéspedes y turistas que privilegian optar por hoteles más concientizados.

La integración de la ecología a nivel hotelero es parte del programa “Hotelería Sustentable” promulgado por la AHT<sup>26</sup> (Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina) en el que se resuelve un manual de buenas prácticas ambientales en gestión hotelera en el que concluyen que “se deben considerar los aspectos sociales, culturales y ambientales en cuanto al diseño, planificación y gestión de las instalaciones, equipamientos y actividades hoteleras y turísticas como un factor clave para el manejo sustentable de los recursos minimizando los impactos negativos sobre el medio”.

Según la AHT, en la actualidad los turistas quieren ser más “ecológicos” y eligen hoteles respetuosos con el medio ambiente, sus elecciones se basan prioritariamente en los datos estadísticos que publican los sitios de viajes más reconocidos a nivel mundial tal como

---

<sup>25</sup> Art 43 de la Constitución Nacional.

<sup>26</sup> Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina. <http://www.ahtra.com/>

Tripadvisor en una encuesta realizada en el año 2007 reveló que el 38% de los viajeros se habían alojado al menos una vez en un hotel ecológico y que al menos el 10% de los viajeros buscaban este tipo de hoteles.

En nuestro país existen instrumentos de gestión ambiental como las los Sistemas de Gestión de la Calidad, la Seguridad y el Ambiente cuyos requisitos establece la Norma Argentina IRAM-SECTUR 42200<sup>27</sup> o los Sistemas de Gestión Ambiental certificables según la Norma Internacional ISO 14001<sup>28</sup>, además de las distintas eco etiquetas aplicables al sector que favorecen la mejora continua y la adopción de sistemáticas eficaces y de calidad en la gestión hotelera y sirven para destacarse en el mercado hotelero.

Se presenta el total de certificados vigentes al año registrado.



Fuente: The International Organization for Standardization (ISO) 1999-2012  
Cámara Argentina de Certificadoras (CACER) a partir de 2013.

El número de certificaciones presenta un gradual crecimiento desde el 1999 hasta el 2008, luego una caída importante que duró de 2009 al 2011, cercana al 40 %, para luego producirse un importante incremento en el año 2012, con un aumento del 62 % con respecto al año 2011. Durante el último ejercicio (2014) se ve una leve caída, cercana al 6 % respecto a los certificados vigentes a noviembre de 2013.

La certificación de normas internacionales que permitan evaluar los sistemas de gestión ambiental de las empresas asegura la gestión de los aspectos ambientales de las actividades

<sup>27</sup> Normas IRAM- SECTOR 42200. Instituto Argentino de Normalización y Certificación.  
<http://www.iram.org.ar/index.php?IDM=0&IDN=469&alias=>

<sup>28</sup> Normas ISO 14001. Normas de gestión ambiental. <https://www.nueva-iso-14001.com/>

económicas, indispensable para un desarrollo sostenible. Dado que la certificación es un requisito impuesto por los mercados a las empresas, denota además la competitividad empresaria como otro aspecto de la sostenibilidad del desarrollo.

### **Gasto público nacional en economía y medio ambiente**

El gasto público nacional en ecología y medio ambiente representa las erogaciones del sector público no financiero a nivel nacional en la protección del ambiente, en relación al gasto público total nacional.

Se observa que la participación del gasto nacional en ecología y medio ambiente sobre el total del gasto de la administración pública nacional se ubica en torno al 0,19% en promedio. En 2001, la serie muestra el porcentaje más bajo (0,08%), recuperándose en 2002 hasta 2011 donde la participación alcanza el máximo de la serie 0,41%. Por su parte, el gasto nacional en ecología y medio ambiente alcanza 0,03% en promedio al medirlo en términos del Producto Bruto Interno, alcanzando en 2011 0,10%



Fuente: Dirección de Análisis Fiscal y de Ingresos, Secretaría de Política Económica y Planificación del Desarrollo. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.

En cuanto al estado del turismo en la Provincia de Buenos Aires y la zona de Tigre es posible concluir que se ve favorecido por las últimas tendencias mundiales de sustentabilidad y concientización ambiental, la búsqueda de la naturaleza, así también como por la demanda en cuanto a partición de vacaciones que consiste en tomar periodos vacacionales cortos a lo largo del año. Siendo estas cuestiones favorables para el desarrollo del emprendimiento Eco Domos Tigre.



## **CAPITULO 2:**

### **Síntesis FODA**

A continuación, se expone un análisis FODA, para obtener de forma concisa como se encuentra la organización en sí y como puede ser influenciada por el entorno en el cual se encuentra. Teniendo en cuenta de esta manera tanto el entorno interno, las fortalezas y debilidades (pueden ser controladas por la empresa) como el entorno externo, las oportunidades y amenazas (no pueden ser controladas por la empresa).

#### **I. ANALISIS INTERNO**

##### **FORTALEZAS**

- Cercanía a la ciudad de Buenos Aires.
- Excelente accesibilidad y varios medios para llegar.
- Destino con tradición turística y con un renombre ya consolidado.
- Presencia de todo tipo de atractivos: culturales, históricos y naturales, para todas las edades e intereses.
- Existencia de varias áreas protegidas en la zona.
- Destino seguro para el turista.
- Profesionales de turismo al mando del proyecto.
- Innovación con el producto ofrecido que combina originalidad y sustentabilidad. Únicos Domos existentes en la ciudad y en la zona.
- Destino conocido mayormente como un destino de naturaleza y verde.
- Estructura de domos de fácil armado e instalación.
- Calidad de servicios ofrecidos.
- Tipo de producto que no dependerá de la estacionalidad, sino que se ofrecerá todo el año adaptándose a los diferentes climas y periodos del año.
- Buena señalización en toda la zona turística.

## **DEBILIDADES**

- Falta de personal local capacitado en cuanto a sustentabilidad en el destino.
- Precio poco competitivo al principio respecto a otros productos, por necesitar de una inversión inicial importante y por las características sustentables que requiere.
- Falta de posicionamiento en el mercado turístico por tratarse de un producto nuevo en el mercado.
- Barreras de entrada débiles que provoquen el ingreso de nuevos competidores
- Esfuerzos de promoción ineficientes por falta de integración.

## **II. ANALISIS EXTERNO**

### **OPORTUNIDADES**

- Crecimiento de la concientización en materia de sustentabilidad de la actividad turística a nivel internacional y nacional.
- Interés de organizaciones internacionales en la conservación de la región (ej. Wetlands International, Convención Ramsar, etc.).
- Escasa hotelería en cuanto a establecimientos ecológicos en la ciudad de Tigre.
- Incremento en el ingreso de divisas por el gran crecimiento de turismo extranjero.
- Situación cambiaria favorable.
- Nueva ley de reintegro del IVA a turistas extranjeros, genera mayor flujo de turistas extranjeros.
- Gran cantidad de fines de semana largos, productos de los feriados y feriados puentes.
- Numerosos proyectos y convenios firmados por el gobierno local para protección de la zona.

## AMENAZAS

- Inestabilidad económica del país.
- Contaminación industrial y domiciliaria desde las áreas vecinas.
- Sobreutilización de áreas recreacionales.
- La competencia por parte de otros establecimientos hoteleros ya establecidos en la zona.
- Contaminación que producen los turistas.
- Entrada de nuevos competidores.
- Desastres naturales en la zona (lluvias) e inundaciones.
- Crecimiento de otras zonas turísticas cercanas a la ciudad de Buenos Aires.
- Inexistencia de líneas crediticias para promover el desarrollo sustentable.
- Crecimiento turístico de Provincias vecinas aumentando la competencia.

Gracias a este diagnóstico se puede visualizar más fácilmente la factibilidad del proyecto. Como todo producto turístico nuevo tendrá su pro y sus contras pero su aporte al destino será significativo. Para ello, se apoyará en sus fortalezas y oportunidades que son numerosas.

La propuesta de este producto intentará concientizar sobre la sustentabilidad y sus múltiples beneficios.

Se aprovechará sobre todo el ser un producto innovador en la zona, no solo por sus características edilicias sino por su conciencia sustentable. Tendencia en crecimiento los últimos años.

## **CAPITULO 3:**

### **OBJETIVOS, MISION, VISION, VALORES**

#### **I. MISION**

La misión de “Eco Domos Tigre” es entregar la mejor experiencia en servicios de hospedaje, haciendo que la estadía de los pasajeros sea en un ambiente grato, familiar, multicultural y ecológico donde las personas puedan relajarse y disfrutar de la zona del Delta.

Creando clientes leales y satisfechos que regresen al complejo por su calidad y servicio, ya que estos constituyen la clave del éxito. Siendo un pilar muy importante la valoración de nuestros empleados, motivándolos y ayudándoles a desarrollar sus competencias profesionales. Ofreciendo precios competitivos y distintivos al ser un espacio que a través de su infraestructura novedosa trasmite el amor por la naturaleza y la preservación del ambiente.

#### **II. VISION**

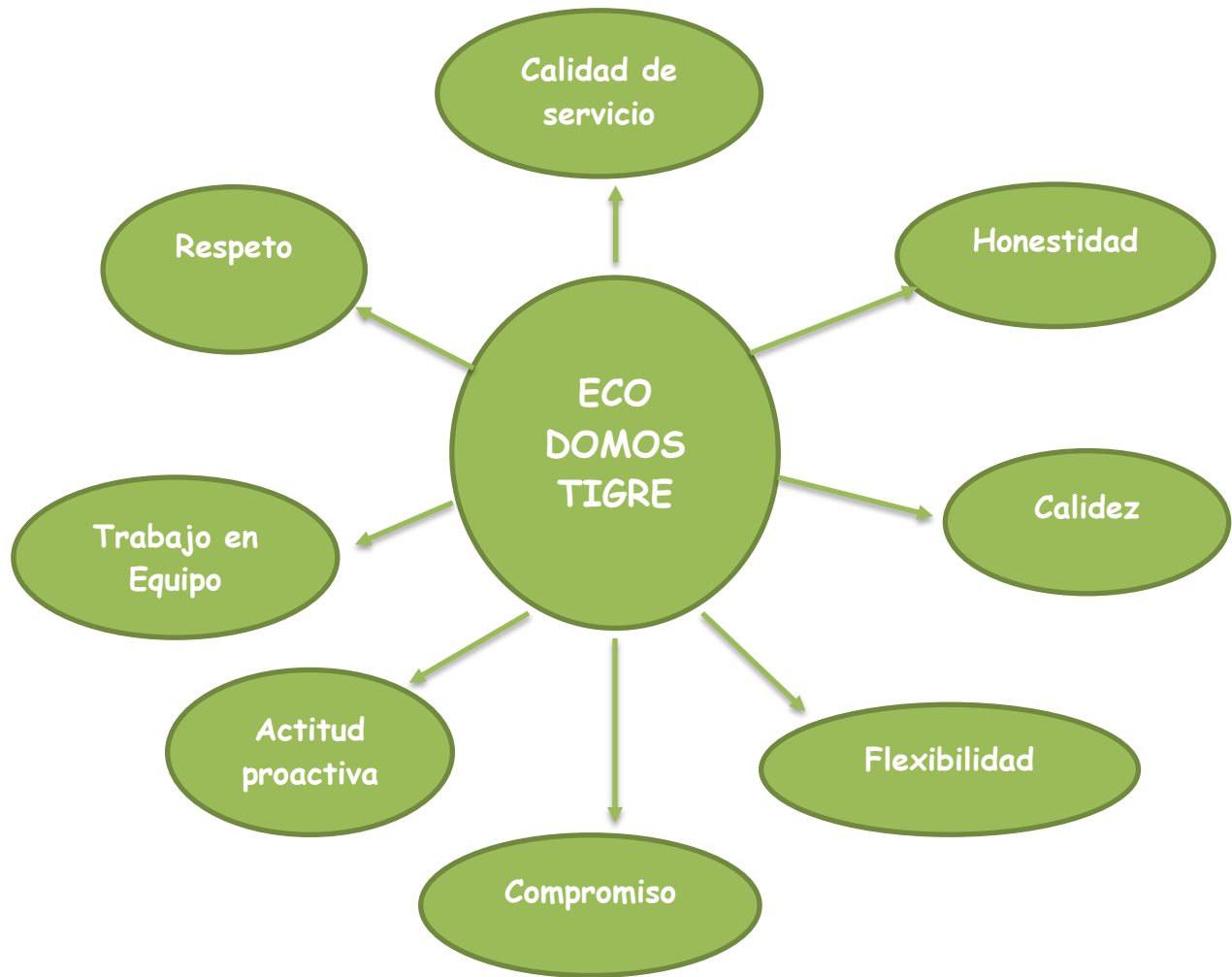
Ser líderes en la industria hotelera en el sector Tigre, siendo capaces de posicionar nuestra marca, como un destino turístico en si mismo, donde se destaque la atención e innovación basada en sostenibilidad, medio ambiente y energías renovables. No solo a nivel nacional sino internacional fomentando también el desarrollo de la ciudad.

#### **III. VALORES**

Principios que orientan y guiarán el proyecto:

- Calidad de servicio:
- Honestidad
- Calidez
- Flexibilidad
- Compromiso.
- Actitud proactiva
- Trabajo en equipo
- Respeto

### Síntesis del proyecto a ofertar y valor distintivo



#### IV. OBJETIVOS DEL PROYECTO

##### CORTO PLAZO (menor a un año)

- Cubrir los costos fijos en el primer periodo de funcionamiento.
- Cumplir con los principios básicos de sustentabilidad y provocar el menor impacto posible en la etapa de puesta en marcha y construcción del complejo.
- Tener una ocupación mínima del 55% durante el primer año.
- Ser reconocidos como el único y primer complejo de Domos en Tigre y como uno de los más representativos en materia de sustentabilidad de la zona.

### **MEDIANO PLAZO (1 a 5 años)**

- Recuperar la inversión realizada para llevar a cabo el proyecto en menos de 5 años.
- Ser reconocidos por la sociedad por nuestras características diferenciadoras en al menos 2 portales de turismo sostenible nacionales.
- Formar parte de Trip Advisor con buenas calificaciones por más del 80% de las opiniones y comentarios.
- Mejorar los estándares de calidad a través de certificaciones al cumplirse el tercer año de apertura.

### **LARGO PLAZO (mas de 5 años)**

- Lograr que el 85% de los huéspedes opine en la encuesta de satisfacción que volvería al hotel.
- Conseguir una ocupación hotelera promedio del 75% durante todo el año.
- Abrir nuevos complejos en Chalten, Provincia de Santa Cruz, al culminar el quinto año.
- Ser reconocidos por al menos 50 % de las instituciones educativas de la zona y haber logrado un 20% de visitas de escuelas locales.
- Realizar remodelaciones y refacciones al cumplir los 5 años del complejo.

## **CAPITULO 4: PERFIL DEL MERCADO**

### **ANALISIS DE LA DEMANDA**

La demanda turística es un componente importante que dentro del potencial turístico necesita ser analizado para poder definir el nivel de compatibilidad entre la oferta y la demanda turística. Ritchie (2009) propone que la demanda incluye cifras de gran relevancia como lo son cuántos visitantes arriban al destino, el tipo de transportación utilizado, los días de estadía y qué tipo de hospedaje que utilizaron y finalmente el dinero gastado por turista. De acuerdo a lo que propone Ritchie (2009) marca la relevancia de saber cuántos visitantes arriban a un destino con el fin de realizar estadísticas que permitan arrojar información específica de la cantidad exacta de la demanda actual para poder ofertar servicios que les permitan cubrir toda la demanda. También es indispensable que un destino considere y analice los días de estadía promedio ya que al obtener dicha información se puede realizar un plan estratégico para que los turistas tengan más actividades de recreación y con ello puedan incrementar el número de actividades para que los turistas extiendan su estadía beneficiando con esto al desarrollo del destino.

Puntualmente en cuanto a Tigre respecta para efectuar el estudio de la demanda, se elaboraron encuestas durante los fines de semana de diciembre del año 2015, en el Ente Municipal de Turismo, con una muestra de 150 personas, la cual fue tomada de forma no probabilística y casual.<sup>29</sup>

Se incluyen también como antecedente las estadísticas actuales (2017) realizadas por el Ente de Turismo, como así también la comparación con años anteriores.

Y para la conclusión y análisis final se consideró también observaciones de los turistas, sus comportamientos en sus acciones y formas de elección. Para el análisis se tomó en cuenta las siguientes variables:

- Frecuencia de visita y procedencia
- Estacionalidad y permanencia en el lugar
- Con quién comparte su visita
- Grupo etario de pertenencia
- Lugar de residencia
- Motivaciones y actividades que realizan

---

<sup>29</sup> Ver anexo 3. Modelo de encuesta.

## I. Mercado Meta

El mercado potencial se compone de aquellos turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Tigre con intereses de naturaleza, recreación y con un marcado interés hacia la sustentabilidad. Por lo tanto, se consideran los datos estadísticos que pudiesen ayudar a conocer demanda hotelera y, sobre todo, datos sobre su tamaño, impacto económico, características especiales, etc.

**Estadísticas anuales 2017 respecto a Cantidad de Turistas en Tigre, visitantes por atractivo, visitantes en centros de informes, promedio de ocupación hotelera e impacto económico.**

CANTIDAD TOTAL DE TURISTAS EN TIGR	ENERO	FEBRER	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBR	NOVIEMBR	DICIEMBR	TOTAL ANUAL 2017	TOTAL ANUAL 2016	COMPARACION %
Ciudad de Tigre	457542	354011	519824	611220	345348	452062	340098	453514	293289	388592	445896	278631	4940027	5321633	-7,2
Delta de Tigre	68897	53128	48213	37407	13256	20246	25220	18046	20992	47064	47443	39023	438935	445404	-1,5
<i>Total Mensual</i>	526435	407139	568037	648627	358604	472308	365318	471560	314281	435656	493339	317654	5378962	5767037	-6,7

VISITANTES POR ATRACTIVO															
Puerto de Frutos	306105	256230	465337	570567	313915	383925	238467	417493	276219	334825	375484	224628	4163195	4624614	-10,0
Museos	7499	7534	6881	6735	5724	6230	11463	6339	280	11332	8228	2747	80992	80110	1,1
Recreos	8411	11657	2053	1144	280	136	139	390	706	2473	4916	4428	36733	38430	-4,4
Lanchas colectivas	33312	32615	19686	17205	7355	3610	7850	8075	7873	15083	18812	22542	194018	210893	-8,0
Excursiones Fluviales	36968	30026	29968	24141	10177	15722	18914	11637	12568	25798	26783	21422	264124	205202	28,7
Gastronomía en Delta	18465	7374	12104	8069	2230	3134	3768	4142	6637	15429	12566	10275	104193	130970	-20,4
Gastronomía en Ciudad	276121	266293	356461	240081	187807	266727	247158	218515	232730	339336	329453	396710	3357391,571	3010301	11,5



VISITANTES EN CENTROS DE INFORMES															
Nacionales	4025	3290	2112	3041	1542	1225	2161	1760	1255	2104	1056	884	24455	29043	-15,8
Extranjeros	2237	2496	1779	1793	1043	975	1230	1035	1291	1757	1394	1368	18398	28052	-34,4
<b>Total Mensual</b>	<b>6262</b>	<b>5786</b>	<b>3891</b>	<b>4834</b>	<b>2585</b>	<b>2200</b>	<b>3391</b>	<b>2795</b>	<b>2546</b>	<b>3861</b>	<b>2450</b>	<b>2252</b>	<b>42853</b>	<b>57095</b>	<b>-24,9</b>

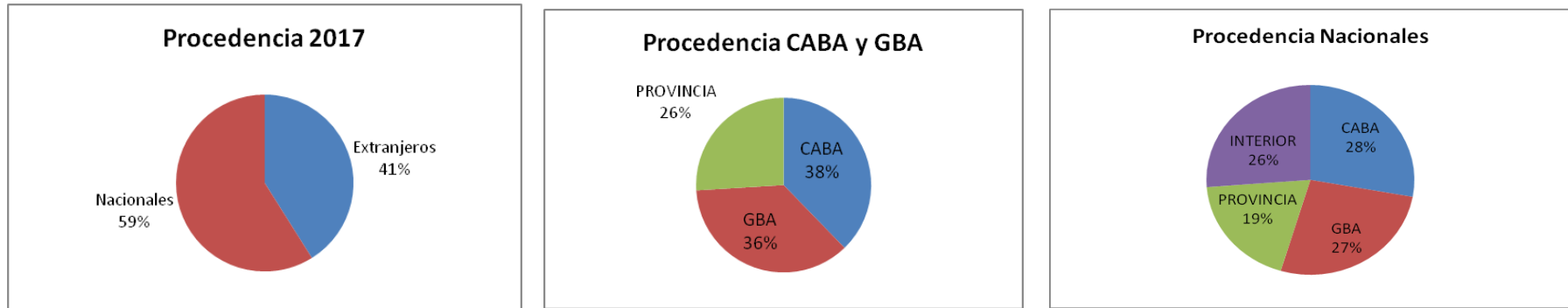
% PROMEDIO en OCUPACION HOTELERA													PROMEDIO ANUAL	PROMEDIO ANUAL 2016	COMPARACION
Delta	33,3%	28,3%	18,7%	22,6%	3,1%	3,4%	9,6%	8,2%	5,4%	10,1%	16,8%	22,0%	15,1%	18,1%	-3,0%
Ciudad	47,6%	45,7%	36,5%	43,2%	34,3%	38,3%	43,4%	40,0%	42,9%	36,7%	48,5%	48,2%	42,1%	38,4%	3,7%

IMPACTO ECONOMICO													PROMEDIO ANUAL	PROMEDIO ANUAL 2016	COMPARACION
Gasto Promedio por Turista	\$ 1.226,4	\$ 1.187,9	\$ 1.180,0	\$ 1.276,0	\$ 1.070,4	\$ 1.047,6	\$ 1.099,3	\$ 1.109,5	\$ 1.080,71	\$ 1.094,2	\$ 1.261,40	\$ 1.106,94	\$ 1.226,4	\$ 930,9	31,74
Gasto Promedio por Visitante	\$ 343,5	\$ 387,2	\$ 365,3	\$ 351,9	\$ 392,50	\$ 451,24	\$ 499,7	\$ 423,56	\$ 503,46	\$ 510,24	\$ 476,79	\$ 663,10	\$ 441,1	\$ 297,3	48,38

**Fuente:** Subsecretaría de Turismo- MUNICIPIO DE TIGRE. Mitre 305, Estación Fluvial de Tigre

## II. Segmentación geográfica

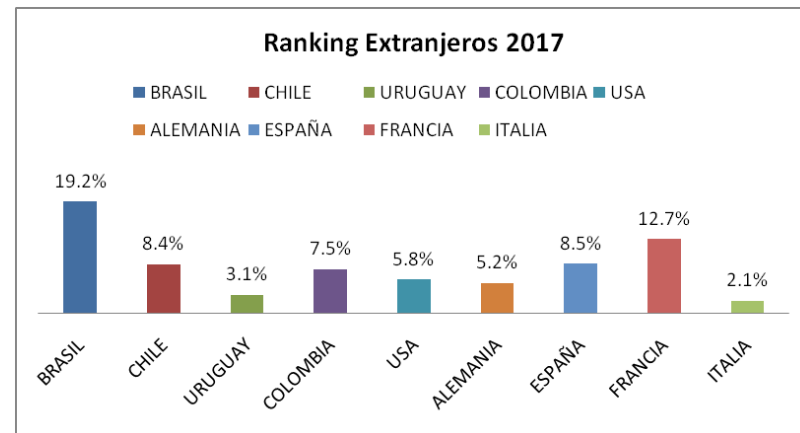
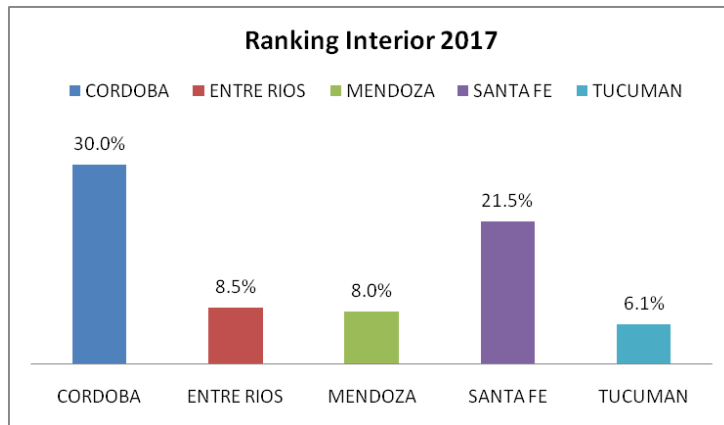
### PROCEDENCIA 2017



Los siguientes gráficos hacen referencia a la procedencia de las personas que pasan por los Centros de Información Turística, no del total de visitantes del destino.

**Nota:** se grafican sólo las provincias y países con datos significativos. Los porcentajes corresponden al total de visitantes del interior y extranjeros.

**Fuente:** Subsecretaría de Turismo- MUNICIPIO DE TIGRE. Mitre 305, Estación Fluvial de Tigre.



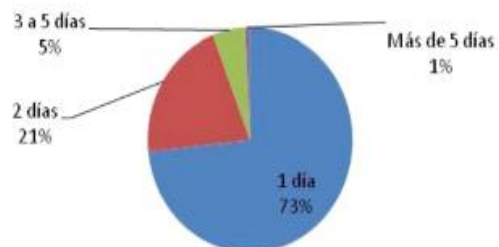
### III. Segmentación comportamental

#### RESULTADO DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE VISITANTES 2015

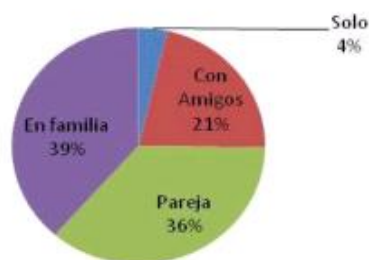
Es la primera vez que visita Tigre?



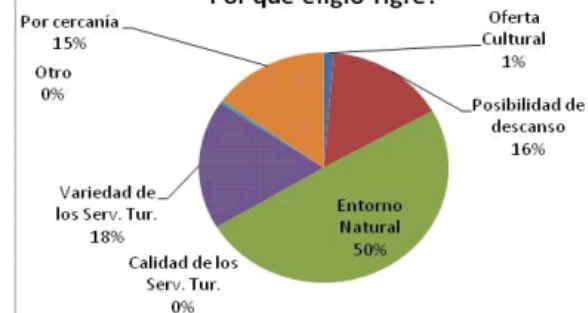
Duración de su estadía



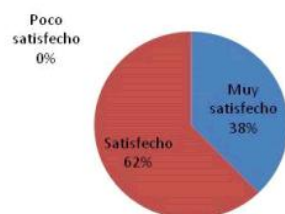
En compañía de quien viaja?



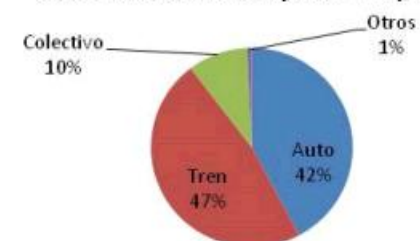
Por qué eligió Tigre?



Grado de Satisfacción de su estadía



Qué medio de transporte empleó?



**Fuente:** Subsecretaría de Turismo- MUNICIPIO DE TIGRE. Mitre 305, Estación Fluvial de Tigre

#### **IV. Segmentación demográfica y social**

Al ser principalmente familias las que visitan el destino las edades y géneros son variables. Ya que se compone de adultos mayores y niños. Así como adultos jóvenes que viajan solos o en pareja.

#### **Los resultados de las estadísticas arrojan los siguientes datos de importancia:**

##### **Según su procedencia:**

- En cuanto al origen del turista prevalece el turismo local procedente de Gran Buenos Aires y CABA, provincia de Buenos Aires en general y otras provincias del interior del país. Además, recibe una gran cantidad de turismo extranjero en el que se nota la prevalencia de turistas resultantes de Europa y Latinoamérica. También los países limítrofes tienen porcentaje de incidencia en el destino destacándose brasileños como principales turistas.
- La mayoría de quienes visitan la zona se alojan en la ciudad de Tigre y no tanto en el Delta. Lo que se refleja en la ocupación hotelera.
- La cantidad de visitas por mes no varía tanto. No hay tanta estacionalidad de temporadas.
- El gasto promedio del visitante es mayor que el del turista.

##### **Según su comportamiento y segmentación:**

- Atractivos: El atractivo que reúne más cantidad de personas son las excursiones fluviales, la gastronomía y el Puerto de Frutos.
- Repitencia: El 53 % de los turistas ya habían visitado la ciudad de Tigre, mientras que el 47 % lo visitaba por primera vez.
- Duración de su estadía: El 73 % de los turistas prefieren pasar el día entero, siendo el promedio de días de uno a 5 días.
- Motivaciones: Según las encuestas se concluyó que el 50 % visita el Tigre por su entorno natural.
- Grado de satisfacción de su estadía: 38 % muy satisfechos y 62% satisfechos.
- Medio de transporte empleado: Llegan mayormente en tren seguido en segundo lugar por el uso del automóvil.
- Con quienes viajan: especialmente con en familia y en pareja.

### **Perfil del consumidor de Eco Domos:**

- Turistas nacionales o extranjeros.
- Personas de todas las edades.
- Pasajeros individuales, en familia o amigos.
- Personas que disfruten del contacto con la naturaleza, aprender de ella y de la cultura local.
- Personas involucradas con el eco turismo y la sustentabilidad.
- Individuos que buscan innovar en cuanto a lugares a visitar, que buscan nuevas motivaciones y nuevos productos turísticos.

### **V. IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA**

La agencia de Desarrollo Turístico de la ciudad de Tigre nuclea toda la actividad turística del partido, es decir que los comercios debidamente habilitados son los que figuran en el sistema de promoción de la Agencia. Cada vez que se habilita un comercio este automáticamente pasa a base de datos. La particularidad de los hoteles de la zona es que son construcciones muy antiguas o casas remodeladas utilizadas como hospedaje ubicado en un rango de 15 cuadras cercano a los principales accesos de Tigre.

La menor concentración de prestadores se observa en la zona del Delta, más puntualmente, en la zona de Primera Sección de Islas siendo la cual el Municipio de Tigre y la Agencia de Desarrollo Turístico tiene jurisdicción.

En el Delta se puede observar a su vez una mayor variedad de alojamientos, que van desde Hosterías catalogadas en este caso de 3 estrellas a Casas de Alquiler o Campings. Se destaca dentro del Alojamiento las Casas de Alquiler, con 21 casas en total, siguiendo las hosterías 3 estrellas con 11 establecimientos y los campings y recreos con 9.

Hay un vacío en cuanto al servicio de hotelería y hospedaje ofrecido en el municipio de la Tigre que reúna sustentabilidad y buena calidad de servicio a buenas tarifas que este al alcance del turismo nacional también. Son pocos los hoteles que cumplen con los requisitos, estándares, y normas exigidos para ser considerado un hotel sustentable.

Solo podemos mencionar los siguientes hoteles verdes: Delta Eco hotel, la Soñada, Rumbo 90 y Cabañas La Victoria.

**DELTA ECO HOTEL:** El hotel ofrece 16 habitaciones estándar, 4 habitaciones superiores y 19 cabañas monoambientes con muelle privado, dos áreas de piscinas: una cubierta y climatizada con una piscina y jacuzzi para 6 personas; otra descubierta, donde se puede optar por una piscina lúdica, una de nado contra corriente y un jacuzzi, senderos y pasarelas para caminatas, servicio de Internet, TV satelital y seguridad permanente. La propiedad, solo admite huéspedes mayores de 10 años, incluyendo los restaurantes. Por razones de seguridad y cuidado del medio ambiente esta prohibido fumar en áreas cubiertas y semi-cubiertas del hotel, incluyendo pasarelas y decks de habitaciones, quedando únicamente habilitadas para fumar todos los muelles de los bungalows, la marina principal, el muelle principal y los gazebos.

Río Carapachay Km.6 - Tigre - Buenos Aires - Argentina | Reservas al (011) 5236-0553  
Comercializa y administra: Rihotel S.A. Viamonte 723 - Piso 7° Oficina "30" – CABA.

<http://www.deltaecospa.com/>

Tarifa por noche bungalow cuádruple \$ 5090.- Fuente pagina web del complejo. Vigencia 2018.

**LA SOÑADA:** Ubicada en el casco histórico de Tigre, La Soñada a 2 cuadras de Acceso Norte (Panamericana) y a 6 cuadras del centro. La Soñada ofrece 5 habitaciones dobles y dos habitaciones cuádruples, en el solárium hay una piscina descubierta y un hidromasaje climatizado descubierto. Se puede disfrutar las distintas salas de estar, servicio de internet, WI FI, cochera y un desayuno continental, que incluye panes y budines artesanales, jugo de naranja exprimido y fiambres.

Anastasio el Pollo 1786. Tigre. TELÉFONO (54 11) 4749-0800- (54 11) 4731-4004.

[info@lstigre.com.ar](mailto:info@lstigre.com.ar)- <http://www.lstigre.com.ar/>

Tarifa por noche habitación doble \$ 2026. -Fuente: booking.com. Vigencia 2018.

**RUMBO 90:** Actualmente cerrado por reformas. Posee 6 suites, un restaurant de cocina gourmet, un Spa, piscina, senderos naturales, actividades acuáticas, acceso a Internet Wi-Fi. Canal del Este y Río de la Plata. Primera sección de islas del Delta. Tigre. Pcia. de Buenos Aires. Argentina. Tel: 155-843-9454

[bookings@rumbo90.com.ar](mailto:bookings@rumbo90.com.ar)- [eventos@rumbo90.com.ar](mailto:eventos@rumbo90.com.ar)- <http://www.rumbo90.com.ar/>

Actualmente cerrado al público por refacciones. -Fuente: pagina web del hotel. Vigencia 2018.

**CABAÑAS VICTORIA:** se encuentran a 17 km del centro comercial Tortugas Open Mall y a 3,9 km del Museo Naval de la Nación. Ofrecen Wifi gratuito, pileta exterior y alojamiento, a 6 km del parque de la Costa. Hay habitaciones con zona de estar. Algunas cuentan con vistas al lago o al jardín. Todas incluyen TV y baño privado con bañera. En los alrededores se pueden practicar actividades como pesca y senderismo.

Río Sarmiento y Arroyo Santa Rosa - Tres bocas, Tigre - Buenos Aires +54 11-6662-8090 11-3501-1353 complejovictoria2015@gmail.com

<http://www.xn--cabaavictoria-lkb.com.ar/cabanas.html>

Tarifa por noche cabaña para 4 personas \$ 4356. -Fuente: booking.com. Vigencia 2018.

### **Identificación de principales participantes y competidores potenciales**

Podemos encontrar como competidores potenciales, la empresa Sturla con sede en el centro de Tigre, mas específicamente en la zona del Puerto, quien ofrece servicios de recreación turística y de contemplación de la naturaleza.

<https://www.sturlaviajes.com.ar/> - sturla@sturlaviajes.tur.ar

Oficina Tigre: Est. Fluvial Local 10 - Gral. Mitre 319 - Tel/Fax: 4731-1300- Oficina Bs. As.: Cecilia Grierson 400 - Dársena Norte. Pto. de Bs. As. - Tel.: 4314-8555

Así como también las diferentes pequeñas empresas que ofrecen servicio de caminatas ecológicas. Este tipo de empresas que ofrecen este tipo de servicios se consideran competencia indirecta, porque su mercado objetivo es el turista de ocio, que es un mercado en el que se incluye a Eco Domos Tigre por los servicios ofrecidos.

La provincia de Buenos Aires cuenta con un mercado de hoteles sustentables más amplio, pero no específicamente en Tigre como se pudo observar de acuerdo a los establecimientos mencionados. Siendo así un nicho muy interesante para explotar no solo con el turismo internacional, que es tal vez con quien más se relaciona este asunto, sino que también este al alcance del turismo nacional. En contra parte, Eco Domos Tigre está orientado a un publico que no solo disfrute de la naturaleza, sino también tenga un interés mayor en el cuidado del medio ambiente. A diferencia de la competencia cuenta con profesionales en turismo y profesionales en materia de sustentabilidad para acompañar a los pasajeros durante su estadía, manejando el proyecto, lo que asegura y garantiza la excelencia en el servicio con los estándares de calidad.

Eco Domos Tigre contará con servicios agregados como actividades con los huéspedes, lo que generará fuerza de marca y presencia en el mercado.

## **CAPITULO 5:**

### **DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO**

Eco Domos Tigre es un complejo que se desenvolverá en la actividad hotelera. Surge con la misión de ofrecer servicios de hotelería eficientes, generando beneficios para colaboradores, clientes y a la comunidad del Delta de Tigre, lugar donde estará ubicado. Busca lograr ser el complejo sustentable en formato de domos más reconocido de Tigre, por brindar un servicio personalizado, de alta calidad y profesional a todos sus huéspedes. Es importante destacar cual es la característica distintiva de Eco Domos Tigre: la sustentabilidad.

Esta “temática” surgió luego de investigar sobre las nuevas tendencias de la hotelería y con el apoyo de estudio de estudios de mercado realizados por especialistas en el tema como el estudio realizado por el Centro de Turismo Responsable (CREST)<sup>30</sup> que indican que personas con intereses de sustentabilidad suelen realizar un gasto mayor en el área de hotelería y turismo. Esto se debe a que la conciencia que los turistas han comenzado a tener con respecto al cuidado del medio ambiente es realmente sólida.

Hoy en día, la sustentabilidad es un factor decisor para visitar un destino o alojarse en determinado hotel.

Eco Domos Tigre pretende alinear varios elementos: un destino cercano a la Ciudad de Buenos Aires, la característica diferenciadora (sustentable), la estructura de domos y la escasa competencia en la zona con similares características. Razones solidas para el éxito del emprendimiento.

### **QUE ES SUSTENTABILIDAD**

La arquitectura sustentable es un modo de concepción que busca aprovechar los recursos naturales de tal modo que se minimice el impacto de las construcciones sobre el ambiente natural y sobre los habitantes, intentando reducir al mínimo las consecuencias negativas, realizando en los edificios la eficacia y moderación en el uso de materiales de la construcción, la energía y el espacio construido.

---

<sup>30</sup> [http://www.pulsoturistico.com.ar/mas\\_informacion.asp?id=10174&titulo=Estudio-revela-la-suba-en-la-demanda-del-turismo-responsable](http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=10174&titulo=Estudio-revela-la-suba-en-la-demanda-del-turismo-responsable)



Al hablar de turismo responsable o sustentable se busca que las comunidades y los paisajes no sean simplemente objetos de consumo sino instancias de intercambio. Un turismo de bajo impacto, a pequeña escala, para proteger los recursos naturales e incluir otras dimensiones que tienen que ver con lo social fomentando el respeto a las diferentes culturas. Poder tomar contacto, conocer, aprender, más que consumir, desechar y olvidar.

## **II. DOMO GEODESICO**

Un Domo Geodésico es una estructura que se genera a partir de la unión de triángulos que calzan perfectamente entre sí hasta formar una semiesfera. Esta estructura es una de las construcciones más resistentes en cuanto a auto sustentabilidad se refiere, no se deforman frente a esfuerzos en cualquier dirección, ya que distribuye las fuerzas en tensión y compresión a toda superficie, son totalmente sísmicos y de peso reducido.



<http://domosgeodesicosconstruccion.blogspot.com.ar/>

Energéticamente hablando se optimiza la utilización del calor y luz natural, debido a la gran gama de esquemas que se permite en la ubicación de ventanas, éstas se pueden orientar siguiendo el recorrido del sol.

Su atmosfera interior es grata, debido a que el aire y la energía circulan sin obstrucción, lo cual permite que la calefacción y la refrigeración se produzcan de forma natural, y a la vez optimiza la utilización de la luz natural. Además, permiten crear amplios espacios abiertos sin soportes o pilares intermedios.



<http://geodesandes.cl/galeria-domos-chile/>

## **USOS DE UN DOMO**

Los domos cuentan con excelentes ventajas como se mencionó en las líneas anteriores como menores costos de construcción y materiales, tiempos de construcción mas reducidos y aun mejor ofreciendo menores impactos hacia la naturaleza de lo que se viene logrando. Lo que se traducirá en menores costos a los pasajeros y una experiencia fuera de lo común inserto en la naturaleza sin tener que resignar la comodidad y el buen servicio para la estadía.

En cuanto a una categorización los domos no se encuentran bajo una categorización o standarización de estrellas ya que se trata de un tipo de construcción no tradicional fuera de los lineamientos tradicionales de construcciones. Aunque contará con los servicios de un hotel boutique<sup>31</sup> con un trato sumamente personalizado.

---

<sup>31</sup> Hotel boutique: es un concepto de hotel que se creó en la década de 1980, caracterizado por una particular ubicación, servicio y diseño. Fuente Wikipedia.com



<http://domosgeodesicosconstruccion.blogspot.com.ar/>

### **III. LOCALIZACION DE DOMOS, ESTRUCTURA Y CONSIDERACIONES VARIAS**

Al momento de proyectar y construir un emprendimiento turístico hay que tener en cuenta el porcentaje de espacio que se dejara libre con respecto a la totalidad del terreno respetando siempre el código urbano del municipio. Se recomienda conservar la vegetación nativa y los árboles maduros del lugar en cuanto sea posible. En caso de extraer especies arbóreas se replantarán en otro lugar perteneciente al complejo. Se tenderá a la creación de espacios armónicos e integrados al terreno.

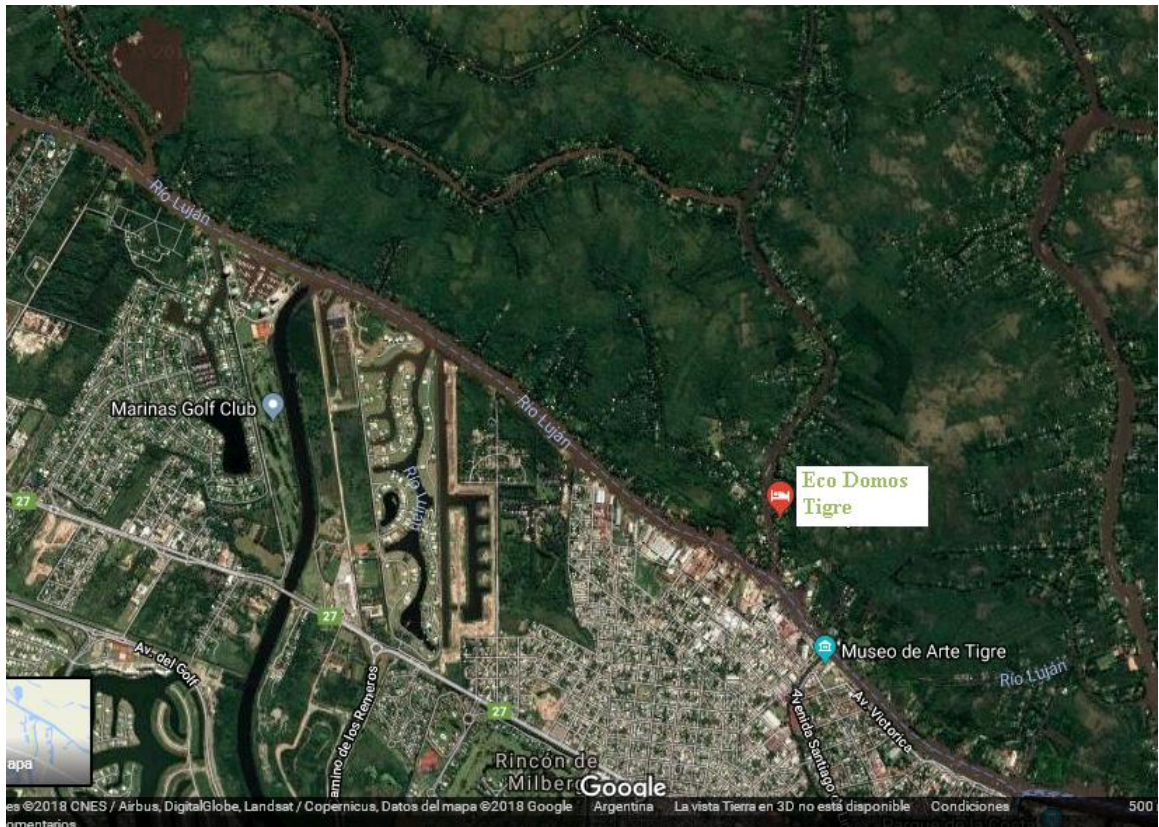
Además de:

- Evitar la contaminación visual, armonizando la fachada, los colores y la estructura del edificio con el entorno natural.
- Emplear materiales tradicionales de la región y producidos en la zona que permitan la correcta integración con la arquitectura autóctona, favoreciendo también la economía local.
- Realizar barreras vegetales con el objetivo de reducir el ruido, retener el polvo y la contaminación (mejorando la calidad del aire).

Ya hablando del terreno propiamente dicho se buscó un terreno apropiado para las necesidades que el proyecto requiera como de redes de gas, conexión de electricidad, entre otros.

## LOCALIZACION DEL TERRENO DONDE SE EMPLAZARA EL COMPLEJO ECO DOMOS TIGRE

El terreno estará ubicado a 30 minutos de la estación de trenes y 5 de la estación fluvial de Tigre, con salida al Rio Carapachay y al Rio Luján. El lote está ubicado dentro de una manzana que esta endicada, lo cual evita el ingreso de agua con los repuntes del río. Se encuentra sobre el Sanjón Miramar a 50 mts del arroyo Gallo Fiambre.



Fuente: [goole.maps.argentina](https://www.google.com/maps)

En la zona hay servicios de teléfono (Telecom), luz (Edenor), Tv digital, y señal de telefonía celular de las tres empresas. El barrio es muy tranquilo, el lote linda con casas de familia que viven todo el año, tiene caminos de material y alumbrado público. Hay algunos mercados en la zona así como también la lancha almacenera que pasa dos veces al día.

Foto real de la zona fuente propia.





### **COMO LLEGAR A ECO DOMOS TIGRE:**

En Lancha Colectiva: En la Estación Fluvial Tigre se podrán adquirir pasajes con destino al complejo.

Empresa El Jilguero (boletería N° 2).

4749- 0987/ 4731- 0281 o con el personal de Eco Domos Tigre al teléfono del complejo (aun por designar). También habrá la posibilidad de comunicarse por whatsapp para hacer estas consultas.

**Foto real de la zona, fuente propia.**

## **IV. ESTRUCTURA**

6 domos para alojamiento cada uno con capacidad máxima para hasta 4 personas adultas, lo que suma un total máximo de huéspedes de 24 personas. A ello se suma domo central donde se desarrollaran las áreas comunes y recepción, desayunador- restaurante y un espacio de difusión de la sustentabilidad. Este estará separado de los domos para dar privacidad a los huéspedes y mayor independencia.

Se podrá llevar a ese sector desde la parte de los domos a través de un sendero correctamente señalizado. La extensión de este sendero será de aproximadamente 200 metros. No presenta dificultad al ser terreno plano.

Además el complejo contara con las instalaciones propiamente sustentables como paneles solares, riego por reutilización de agua, etc, que luego serán descriptos.

## **DESCRIPCION SERVICIOS**

A continuación, presentamos los servicios que ofrecerá:

- Alimentación
- Hospedaje
- Área de camping
- Venta de artesanías locales.
- Centro de Educación Ambiental.

## **TIPOS DE SERVICIOS**

El tipo de servicio que se va a ofrecer esta basado en la atención al cliente tales como hospedaje, alimento y diferentes actividades en las que los turistas puedan apreciar y conocer más el turismo ecológico creciente en la zona. Todos estos servicios serán exclusivos para huéspedes.



**Domo Restaurant Bahia Inglesa, Copiapó Picture: Vista domo - Check out Trip Advisor members' 2,092 candid photos and videos of Domo Restaurant Bahia Inglesa**

- Servicio de alimentación: el complejo contará con un restaurante en el que se ofrecerá a los turistas atención de calidad, excelente comida y bebida tanto típica de la región como con requerimientos especiales como vegetarianos, vegana y celiaca. Estos últimos requerimientos deben ser especificados al iniciar la reserva para poder dar un mejor servicio en forma anticipada y calcular la materia prima de acuerdo a la ocupación actual. También se ofrecerán menús promocionales por cantidad de estadía y menús infantiles.

Una vez por semana se realizara en el complejo clases de cocina donde se busca integrar al turista y dar un valor agregado. Esta actividad gratuita se realizará los sábados a partir de las 19 hs. El restaurante no estará abierto al público en general en la primera etapa.

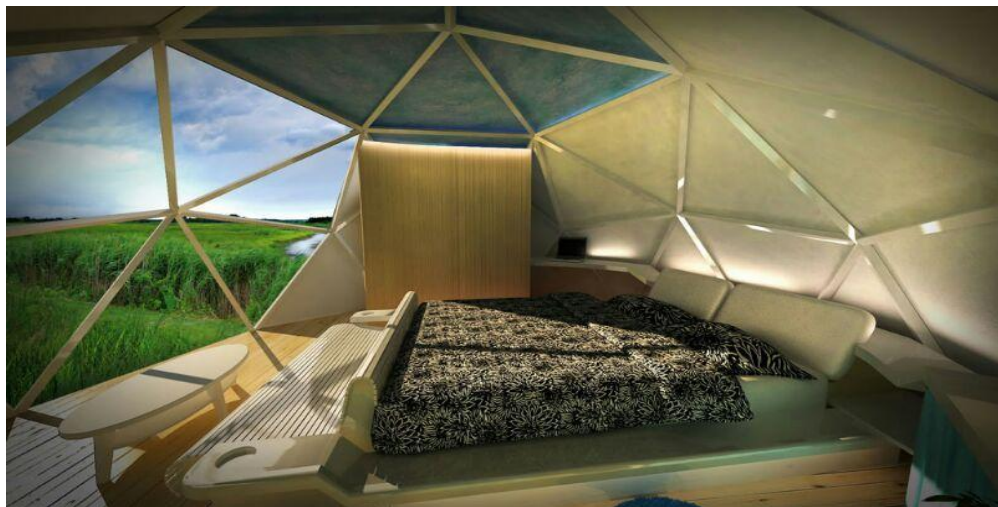
Fuera del horario de almuerzo y cena ofrecerá la posibilidad de snacks y funcionará como bar hasta las 2 am.

- Servicio de hospedaje: 6 domos. Se proyecta en el futuro la construcción de domos individuales con capacidad máxima para 2 personas, orientado a turismo de mieleros. Los domos se ubicarán en el área con mejor vista y orientarlas de tal modo que se evite el ruido y el disturbio de los servicios.

- Equipamiento de los domos: Cada domo contará con dos habitaciones y un baño equipado privado para cada domo. Una en la primera planta y la segunda escaleras arriba. Habrá dos domos de una planta, especiales para personas de capacidad reducida.

Equipamiento de cada uno:

- Frigobar.
  - Camas twin together.
  - Música ambiental.
  - Teléfono.
  - Wifi.
  - Smart tv con Netflix.
  - Somniers King size.
  - Servicio de lavandería con costo.
  - Secador de pelo.
  - Caja de seguridad.
- Opciones de climatización: de por si la estructura del domo favorece la ventilación pero estarán igualmente dotados de aire acondicionado que tomará energía solar. También tendrán chimeneas para el invierno. Se trata que se utilice los artefactos eléctricos a conciencia.
  - Desayuno incluido que podrá solicitarse al domo o ser servido en el restaurante que es utilizado como desayunador.



**Pinterest800 × 450- Espacio interior de Domo como alojamiento turístico glamping**

- Actividades varias: la idea es fomentar la naturaleza y su disfrute siempre con respeto al medio ambiente. Contara con personal capacitado para realizar actividades para adultos y niños como búsquedas del tesoro, caminatas, observación de aves y arbóreas. Estas actividades se organizaran de acuerdo a la ocupación, época del año y clima. En general serán informadas desde el día anterior en una pizarra en el domo principal y desayunador.
- Área de camping: exclusiva para huéspedes. Si los huéspedes desean acampar en la zona destinada para ello podrán pedir al complejo agua caliente, fría, reposeras, etc. en forma gratuita indicando número de domo. Esta terminantemente prohibido encender fuego y tirar residuos en la zona fuera de los tachos colocados para ese fin. Estos tachos estarán correctamente señalizados para poder separar los desechos según corresponda para su posterior tratamiento.
- Piscina: separada en un área adultos y un área niños. La misma contara con un guardavidas de 9 a 21 hs. Servicio gratuito. Solo piscina de verano. El agua de la piscina será reciclable. Una vez que no se utilice y se realice el recambio para no desperdiciarla, con el tratamiento pertinente será utilizada para riego. Toallas serán proporcionadas por el complejo si los pasajeros necesitaran para conducirse a esta zona.
- Participación de la comunidad en la venta de artesanías: la idea es que los huéspedes conozcan un poco de la idiosincrasia del lugar a visitar, que materiales produce la zona y tener un contacto con los pobladores locales que la realizan. Una vez por semana los artesanos locales se acercarán al complejo para dar charlas gratuitas sobre su trabajo en el centro educativo ambiental del lugar y luego quien lo desee podrá adquirir sus productos que estarán siempre a la venta en el lobby del complejo, donde se hace el check in.

## **ANEXO EDUCATIVO AMBIENTAL YAGUA-PARÁ**

El proyecto será un complejo ya que contará con instalaciones, no solo de alojamiento con fines turísticos, sino que también dispondrá de un espacio de educación ambiental, preservación del ambiente y sustentabilidad. Esa parte del complejo podrá ser visitada por el público en general, escuelas y universidades. La entrada será libre y gratuita.



Este anexo se llamará Yagua-pará que en guaraní significa Yaguareté haciendo referencia al felino mas grande de America y habitante originario de esta zona y que le dio dicen el nombre a la zona como Tigre.

En este espacio se darán charlas sobre como iniciarse en las practicas básicas de sustentabilidad, informarse sobre las especies de la zona, las que están en peligro de extinción y todo lo relativo al cuidado del ambiente en general. Este centroofrecerá información histórica del lugar y un espacio para la interacción, réplicas y maquetas que tratan diversos temas ambientales y grafican la llegada de ilustres visitantes como las aves migratorias que llegan todos los años desde el hemisferio norte.

## **V. PLAN DE TRABAJO**

Se utilizará como lineamiento principal las Recomendaciones Ambientales<sup>32</sup> (2007, Secretaria de Turismo de La Nación). Estas recomendaciones son un conjunto de acciones que llevan a reducir las pérdidas de materiales y recursos, y el impacto ambiental negativo, a través de cambios en la actitud de las personas que conforman una organización, para realizar los procesos y las actividades.

Con la introducción de las RA se pretende:

1. Conseguir un cambio de actitud del personal en todas las áreas de trabajo.
2. Conseguir un cambio de actitud en los turistas que visitan un destino turístico o en clientes que utilicen el servicio.

Las áreas de acción en las que se enfocarán estas recomendaciones son siguientes:

- Ahorro de agua.
- Ahorro de energía.
- Gestión de residuos.
- Gestión de sustancias peligrosas.
- Política de compras.
- Control de la contaminación atmosférica y ruidos.
- Conservación del entorno natural y del patrimonio.
- Sensibilización y comunicación ambiental.

---

<sup>32</sup> <http://www.ecopuerto.com/Bicentenario/informes/GUIARECOMENDAMBTURISMO.pdf>

Para la adopción de las RA serán indispensables el compromiso y la implicación de los diversos actores involucrados en la organización turística: la dirección, el personal, los clientes y los proveedores.

Es dable destacar que resulta de suma importancia el impulso decidido y notorio de la dirección, y la realización de una buena comunicación, para que todos entiendan el compromiso ambiental de la organización, se sientan involucrados y comprendan que su papel es clave para llevar adelante todas las prácticas que se les proponen.

Para ello se conformará un equipo de trabajo conducido por un profesional en la materia siendo su tarea principal propiciar el trabajo en equipo y crear conciencia entre los empleados, mantener la motivación y transmitir las RA, además de recoger las diversas sugerencias para el uso racional de los recursos.

## **ESTRUCTURA SUSTENTABLE PARA REDUCIR EL IMPACTO AMBIENTAL**

### **ENERGIA**

- Establecer un programa de mantenimiento preventivo de las instalaciones y de cada equipo para evitar: problemas eléctricos y en las instalaciones de gas o cualquier anomalía que pueda significar un derroche de recursos o signifiquen un riesgo de accidentes, tanto en sectores relacionados con el cliente como en las áreas no relacionadas al mismo.
- Definir los procedimientos que se tienen que llevar a cabo para el mantenimiento anteriormente mencionado de forma escrita y mantener un registro. En el registro se anotarán las revisiones, las incidencias, los cambios de piezas, etc.
- Rediseñar los circuitos de iluminación para independizar el encendido de lámparas. De esta manera se podrán apagar las luces innecesarias.
- Una acción que aunque resulta obvia no debe omitirse es apagar las luces cuando no se estén utilizando.
- Sistemas de iluminación con interruptores temporizados o fotocélulas automáticas.
- Aprovechar al máximo la luz natural evitando colocar obstáculos que impidan su paso hacia el interior. En algunas ocasiones se deben realizar arreglos para hacer un mejor uso de ésta.

- Utilizar colores claros y mantener limpias las lámparas, tubos fluorescentes y reflectores para aprovechar al máximo su poder de emisión de luz.
- Utilizar aberturas con doble vidrio sellado herméticamente porque disminuyen ganancias en verano y pérdidas en invierno de temperatura en el interior de los edificios.
- Buscar las formas de reducir la radiación solar a través de persianas, cortinas, toldos, árboles, etc.
- Aprovechar el clima y las condiciones del entorno para crear una situación de confort térmico en el interior de los edificios.
- Estudiar la implantación de energías renovables en la organización.

## **RESIDUOS**

- Comprar productos a granel y recargar las botellas de detergentes, shampoo, acondicionador y limpiadores.
- Comprar productos que se encuentren constituidos por elementos no peligrosos o menos peligrosos, tanto para su manejo como para el ambiente (toxicidad, biodegradabilidad, etc.).
- Comprar pinturas en base al agua en lugar de base solvente.
- Evitar la presentación de amenidades envueltas en bolsas de plástico o cajas de cartón.
- Instalar dispensers
- Reducir o eliminar el uso de elementos descartables. Por ejemplo, sustituir manteles, platos y vasos por materiales lavables o reutilizables. en baños públicos y vestuarios del personal.
- Establecer un compromiso de ahorro de papel con los empleados mediante: el control de copias e impresiones, reciclado de papel utilizándolo para cartas, notas y cuadernos de la organización.
- Reutilizar toallas y sábanas viejas como trapos para limpieza.
- Almacenar aceites usados de cocina en contenedores para entregarlos a empresas autorizadas en lugar de verterlos en la red de saneamiento.
- Recomendar a los clientes no arrojar pañales, bolsas plásticas, botellas de plástico o de vidrio y otros residuos cuando realizan las excursiones o en las áreas naturales.

- Emplear productos reciclados en la medida de lo posible. Por ejemplo, para papelería y decoración.
- Separación de residuos según sean reciclables y no reciclables.

## **AGUA**

- Colocar dispositivos ahorradores: aireadores/perlizadores para grifos, cabezas de duchas que reducen el caudal y mecanismos de doble descarga.
- Colocar reductores de presión en la red principal.
- Instalar griferías monocomando o termostáticas.
- Reducir el volumen de agua en la descarga del inodoro mediante la introducción de botellas en el interior del depósito.
- Seleccionar los electrodomésticos más eficientes (principalmente lavaplatos y lavarropas) al momento de adquirir una nueva unidad.
- Utilizar sistemas de riego de bajo consumo de agua: por aspersión o por goteo.
- Instalar sistemas de tratamiento de aguas servidas que purifiquen el agua hasta un nivel aceptable.
- Colocar trampas de grasa en las cocinas de restaurantes y bares.
- Racionalizar el uso del agua evitando derrochar este recurso en el lavado de blanquería si fuera posible. Ej: reuso de toallas que consiste en dar la opción al cliente de decidir cuando desea que las toallas se reemplacen. Se le comunica mediante un mensaje, indicándole que si desea usar la toalla nuevamente, deberá dejarla colgada en el barral del baño, y si prefiere que la mucama la reemplace por otra limpia, deberá dejarla en el piso o en la bañera. La organización no le impone al huésped la adhesión a esta RA. En cambio, si se le sugiere la adopción mediante diversos medios, el cliente sentirá la posibilidad de efectuar una elección libre. En última instancia, la decisión será de él.

## **PROVEEDORES**

El complejo se compromete a seleccionar a proveedores bajo criterios claros y objetivos basados en los ejes de la sostenibilidad.

## **CAPITULO 6:**

### **ESTRATEGIA DE MARKETING**

#### **I. POSICIONAMIENTO**

Para el posicionamiento del complejo se recurrirá a sus características diferenciadoras. Se enfocará en la innovación en el tipo de alojamiento y la relación con el cuidado del medio ambiente. Siendo el tipo de alojamiento con formato de Domos primordial para ese fin.

El mensaje que buscará comunicar Eco Domos Tigre es que ofrece una estadía no tradicional e innovadora, en un ámbito natural muy rico y con todas las comodidades de un hotel boutique.

Este mensaje se comunicará a través de diversos medios siendo casi el primer elemento el Logo del establecimiento.

#### **II. MARCA PRODUCTO- LOGOTIPO ECO DOMOS TIGRE**

##### **Elementos del logotipo:**

**Nombre:** hace referencia al destino donde se localiza el complejo (TIGRE) así como a las dos características más importantes del mismo ECO (Ecología, relacionándolo con la sustentabilidad y cuidado del medioambiente) y DOMOS destacando este tipo de construcción.



**Imagen:** Esta compuesta por un árbol que fácilmente podemos asociar con un ambiente natural y fácilmente reproducible y atemporal.

Los colores usados son verdes y marrones colores tradicionales con los que solemos asociar a los árboles sanos y florecientes. Una particularidad muy distintiva y tal vez la una de las más importantes del logo es la humanización de ese árbol representado. Se puede distinguir en él un rostro contemplativo, feliz y casi inmerso en un hermoso sueño. Se busca destacar que la naturaleza es vida, que vive en cada árbol así como en cada rincón del complejo.

**Slogan:** “el Delta en Estado Puro”. La elección del slogan se basa intenta enfocarse en la experiencia que se busca tenga el huésped durante su estadía. Es un mensaje corto, conciso y fácil de comprender. Haciendo hincapié en que los valores principales del complejo son los de respeto del medio ambiente y principios de sustentabilidad.

### **III. ESTRATEGIAS**

#### **i. Estrategia en relación con los clientes**

La estrategia irá encaminada por las nuevas tendencias de comunicación, donde en la página web del complejo, además de poder adquirir todo tipo de información se podrán realizar reservas siempre mediante un motor incorporado en la página para ese fin y de fácil utilización. También se manejarán tarifas promocionales con el fin de brindar una primera visita, la cual dará a conocer el lugar para una posterior fidelización de clientes.

El complejo contará con una base de datos con toda la información de los clientes, con el fin de suministrar información publicitaria, mejoras, descuentos, entre otros.

Desde el ámbito del marketing se crearán productos complementarios en relación al complejo. Destinados a los huéspedes a modo de “recordatorio/atención”. El merchandising constará de una lapicera y un pequeño block de notas ambos realizados con materiales reciclables y adquiridos a productores locales. Estas amenidades contarán con la imagen y vías de contacto con el hotel. Por mes se comprarán 500 unidades de lapiceras y blocks aproximadamente.

## ii. Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación tiene como objetivo difundir una imagen corporativa, y la identidad del servicio hotelero a prestar, con el motivo de persuadir o acaparar la atención del los posibles consumidores.

En cuanto a la comunicación interna es de suma importancia ya que, si los empleados tienen un sentido de pertenencia, se podrá tener una muy buena fuente de información tanto para los clientes externos como para el buen funcionamiento del complejo y constante mejoría.

Se creará un Manual de Gestión Sostenible para todos los colaboradores como apoyo al proceso de capacitación e inducción. Estará disponible en formato digital e impreso para futuras consultas.

La comunicación externa tendrá que estar ligada al valor agregado del complejo y sus únicos domos, donde el objetivo principal será acaparar la atención de los posibles interesados. Se decidió que habrá una publicidad masiva por internet de acuerdo a las últimas tendencias, utilizando las redes sociales como principal fuente.

## iii. Estrategia de servicio

Se busca dar ese valor agregado que hace del complejo un lugar destacable en cuanto a servicio.

- Recibir a los huéspedes con una bebida.
- Se tendrá una participación de 0.68 empleados por huésped aproximadamente.
- Atención personalizada.
- Cronograma de actividades sin costo adicional y según edad e intereses particulares.
- A disposición el centro de educación ambiental que brinda conocimientos específicos de sustentabilidad.

## **CAPITULO 7:**

### **POLITICA DE PRECIOS**

Según Agueda Esteban Talaya (1997) en su libro “Principios de Marketing” remarca que la competencia aporta a la variación de precios en la industria debido a las diferentes variables socioeconómicas que demanda el mercado al que va dirigido.

La estrategia de precios estará orientada a la competencia. A los precios de los competidores se le sumarán los servicios extras diferenciadores, por lo cual los precios serán un poco elevados para ser un producto nuevo, pero se compensarán con el servicio brindado en el complejo, esto incluye piscina, amenities, desayuno regular y apto para celiacos..

El complejo manejará 2 tipos de tarifas: una tarifa llamada Rack o mostrador (al público) y otra para agencias, ambas se dividirán en días de semana y fin de semana/feriados.

En el siguiente cuadro se reflejan las tarifas Rack y las tarifas netas confidenciales para agencias.

<b>TARIFA RACK (mostrador)</b>		
<b>DOMO</b>	<b>Días de semana</b>	<b>Fin de semana y feriados</b>
<b>SGL/DBL</b>	\$2600	\$2800
<b>TPL/CDP</b>		
<b>TARIFA PARA AGENCIAS</b>		
<b>DOMO</b>	<b>Días de semana</b>	<b>Fin de semana y feriados</b>
<b>SGL/DBL</b>	\$2300	\$2500
<b>TPL/CDP</b>		

**\*Los precios son por noche y por domo.**

**INCLUYE:** alojamiento, desayuno, servicio de mucamas y uso de las instalaciones. IVA (21%) incluido en la tarifa.

**NO INCLUYE:** traslados, tasas de aeropuerto, bebidas, propinas, servicio de lavandería ni llamadas telefónicas. Extras no descriptos como incluidos.

De acuerdo a las nuevas disposiciones de reintegro de Impuesto al Valor Agregado en el caso de los turistas extranjeros se excluye el IVA en el caso de presentar copias pasaportes.

Al momento y de acuerdo a las encuestas ya expuestas anteriormente no se diferenciara tarifas por temporada como estrategia misma de apertura del complejo. Luego se evaluara si es necesario separar las tarifas de acuerdo a estacionalidad o fechas especiales.



## **CAPITULO 8:**

### **POLITICA DE COMUNICACIÓN**

La comunicación que se dará desde el complejo tanto interna como externa, mantendrá la coherencia en el mensaje que es fundamental a la hora de comunicar.

Mensajes claves a transmitir:

- Ser conocidos por el público por ser una nueva oferta en hotelería en Buenos Aires.
- Mostrar que nos caracterizamos por el profesionalismo y la conciencia ambiental.
- Instalaciones nuevas totalmente adaptadas para apoyar la sustentabilidad.
- La cercanía y comodidad de encontrarnos a tan solo pocos minutos de la Capital Federal.

Algunos elementos claves para implicar a los clientes:

- Comunicar porqué se espera un cambio de comportamiento en el cliente.
- Explicar de un modo simple pero preciso y si es posible técnico, los beneficios para el ambiente del comportamiento esperado.
- Decir claramente que es lo que se espera del cliente.
- Privilegiar dentro de lo posible la "aproximación pedagógica".
- Consultar e invitar al cliente para que adopte medidas de sustentabilidad.
- Solicitar sugerencias sobre los aspectos ambientales de la organización.
- Comunicar el mensaje ambiental desde los primeros contactos hasta finalizar la vinculación con la organización.
- Comunicar el mensaje ambiental desde diversas formas.

### **ACCIONES DE COMUNICACIÓN SUSTENTABLE HACIA LOS HUESPEDES**

El complejo informará a los huéspedes a su llegada de su política y acciones de gestión sustentable emprendidas mediante la entrega de un folleto. Los folletos de información estarán impresos en papel reciclado y blanqueado sin productos clorados.

En este folleto se incluirán las acciones ambientales que se están desarrollando, los logros que se obtendrán y todo lo que ellos pueden hacer. Aquí se les invita a participar agradeciendo en todo momento su colaboración y recalcando que sin su ayuda el proyecto no tendría éxito. Toda esta información estará también expuesta en lugares

visibles como por ejemplo colocando adhesivos en los lavabos para recordar la importancia del ahorro de agua.

### **COMUNICACIÓN EXTERNA**

La promoción del hotel hacia el exterior se realizará, mayoritariamente, a través de las siguientes fuentes:

- **Publicidad:** Se llevará a cabo una publicidad informativa, en la que se buscará dar a conocer el complejo y establecer relaciones con las agencias de viajes. Para la fecha de la inauguración del hotel, se enviarán invitaciones a periodistas de las más destacadas revistas de turismo para que se alojen en el complejo.
- **Promoción de ventas:** Se aplicarán promociones de venta como incentivo hacia los posibles clientes. También se tomarán en cuenta las promociones de la competencia. Se considerará aplicar, por ejemplo, descuentos de entre un 5% y un 15% para incentivar la llegada de turistas en las épocas de menor demanda. También se aplicarán descuentos similares a lo largo del año, si las condiciones así lo ameritasen (por ejemplo: condiciones externas o internas desfavorables para el desarrollo del turismo, entre otras).



- **Merchandising:** Elaboración de trípticos y folletos en varios idiomas, en los que se muestren los servicios disponibles y los atributos diferenciadores que tiene el complejo. Este material se deberá hacer llegar a las principales agencias de viaje para que sean utilizados en las distintas actividades promocionales. También se entregaran en el aeropuerto de vuelos domésticos e internacionales, así como centros de información turística del destino.

- **Mailing:** Mantener informados a los clientes que ya se hospedaron en el complejo, notificando acerca de las promociones de cada período. Esta interacción se realizará mayoritariamente mediante correo electrónico. Se dispondrá para ello de una base de datos con las personas que hallan alojado en el establecimiento. Ese contacto se pedirá al momento del check in o ingreso al hotel.
- **Página web:** será utilizada para desplegar, de una forma lo más lúdica posible, toda la información relativa a las características físicas del complejo, al tipo de servicio entregado y las diferentes tarifas. Se pondrá énfasis en intentar resaltar los atributos diferenciadores que tendrá este hotel. Se contará, además, con una galería de fotos en la que se podrá revisar la apariencia de los principales atractivos del complejo. Para ellos se contratará a un fotógrafo profesional. La dirección de la página Web deberá ser difundida a través de los folletos y trípticos elaborados, apariciones en revistas y artículos, entrevistas con la prensa y agencias de viaje con los que se trabajará.
- El complejo estará presente en sitios como TripAdvisor, para que los futuros visitantes puedan consultar opiniones de otros usuarios sobre la estadía. Como también en Booking.com, sitio exclusivo de hoteles. Allí la inscripción es gratuita, simplemente se debe pagar al sitio una pequeña comisión de la estadía contratada por los huéspedes menor del 5%.
- Otro sitio en el que se considera importante formar parte es: <http://vivitigre.gob.ar/> sitio de turismo de Tigre. El cual recluta los establecimientos de alojamiento más importantes del lugar, diferenciados en hoteles, cabañas o aparts. Lo que permitirá que cuando las personas comiencen una búsqueda de alojamiento lleguen a la página principal anteriormente mencionada y luego puedan acceder a la web propia del complejo a través del enlace. De esta manera obtendrán información adicional, fotos actuales, contacto para realizar la reserva, etc.
- **Página web optimizada para móviles:** uno de los principales requerimientos que se debe agregar a una página en su diseño es que esta adaptada a pantallas pequeñas. Hoy en día mucha gente reserva e investiga a través de sus celulares y tablets y si no puede abrir la página, dejará al complejo fuera de la competencia.

- **Retargeting**<sup>33</sup>: una vez que los posibles clientes han visitado la web se puede insertar una cookie en su ordenador, de manera de mostrar anuncios futuros en otras paginas que visite o por las que este navegando. Los incentivos funcionan muy bien para este tipo de publicidad. Ejemplo “Miraste una habitación estándar, reserva ahora y conseguí una suite al mismo precio”.
- **Social Media**: dentro de las nuevas tecnologías se hará publicidad a través de la llamada social media o redes sociales para poder llegar a más clientes en poco tiempo y a costos mas reducidos. Se harán por ese medio, concursos y promociones exclusivas para Facebook, Twitter, Instagram, Foursquare, Minutube. Hoy en día Facebook ofrece la herramienta Facebook Ads, publicidad paga para obtener mayor cantidad de impresiones y vistas. Comparada con otra publicidad paga es muy económica y efectiva. Se puede fijar el segmento al que se quiere llegar por datos demográficos, sexo, estilo de vida, etc. También se estará presente en Youtube y Pinterest para poder difundir imágenes del complejo.

En el cuadro que aparecerá abajo se puede distinguir a que tipo de tono esta orientado cada una de las redes sociales. Saber que se quiere trasmitir y el tono que se quiere dar. Tal vez eso con el tiempo vaya cambiando ya que en un primer momento se esta en un periodo de asentamiento de la marca.



Fuente: Pinterest.

<sup>33</sup> El retargeting (o remarketing) es una técnica de marketing digital consistente en impactar con publicidad a usuarios que previamente hayan interactuado con nosotros. Fuente: <https://oniup.com/ques-retargeting/>

Para el uso correcto de Social Media es recomendable contratar a un Community Manager. Las redes sociales serían a nave y el community manager sería el que la conduce. Será quien sepa imprimir la filosofía del lugar a cada plataforma online, sacando provecho de cada una. Debe fomentar que las personas se sientan incentivadas y con ganas de invitar a sus amigos. Muchas empresas no se dan cuenta de eso y solo las usan como medio de publicidad online.

- **Ferias especializadas y congresos de Turismo:** Se generará una campaña con EMPROTUR sobre sustentabilidad, la cual ayudará al proyecto a estar presente en ferias turísticas internacionales como son la Feria Internacional de Turismo que se realiza en Capital Federal, todos los años, entre otras.
- **Revistas especializadas de negocios y periódicos nacionales:** se aprovechará los artículos en los periodos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en Argentina y así presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía de la naturaleza. Se hace referencia a las versiones en papel y las electrónicas.

## **CAPITULO 9:**

### **CANALES Y POLITICA DE COMERCIALIZACION**

Según Muñoz Oñate (2000) la distribución dentro del marketing de la empresa hotelera tiene como objetivo principal el establecer los vínculos de unión pertinentes entre el productor del servicio hotelero y el demandante del mismo.

La comercialización directa se realizará a través del motor de reserva de nuestra página web, llamadas telefónicas y correo electrónico.

El segundo nivel se refiere a la incorporación en el proceso de las agencias de viajes minoristas tradicionales y OTAS (ONLINE TRAVEL AGENCY) como booking, despegar etc.

Para ello se les otorgará tarifas especiales ya mencionadas en el apartado fijación de precios.

## **CAPITULO 10:**

### **CALIDAD TURISTICA**

El hotel tendrá un sector dedicado a Customer Service o de atención personalizada al pasajero. Este departamento estará al servicio de los clientes en el caso de que surja algún inconveniente o necesidad especial.

También es importante aclarar que no solo se busca comunicar unilateralmente con los clientes, sino que es importante obtener de ellos un “feed back” (retroalimentación). El cual permitirá mejorar puntos débiles, potenciar aspectos positivos y estar atentos a nuevas demandas que pudieran ocurrir. Para ello se diseñó una pequeña encuesta de satisfacción para los huéspedes. Esta se entregará al momento del check out o salida del pasajero, de forma anónima para otorgarles mayor libertad a las personas a la hora de realizar la encuesta.

Quienes la completen como incentivo tendrán beneficios especiales como descuentos para una próxima estadía. Luego la información obtenida se procesará y analizará por el mismo sector para tomar como parámetro sobre lo que se debe mejorar.

En la siguiente pagina figura un ejemplo de la encuesta a entregar.



**ECO DOMOS TIGRE**  
el Delta en su estado puro

Por favor tómele unos minutos para evaluarlos

**1. Cómo calificaría Eco Domos Tigre en los siguientes aspectos?**

	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Atención al realizar su Reservación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al registrarse en el Hotel (Check-in)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza y condiciones de habitación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza y condiciones de baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza y condiciones de instalaciones exteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidad en su habitación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio al Cuarto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alimentos de Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalaciones de Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio en Restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Agradeceremos sus comentarios o sugerencias**

**2. Agradeceremos nos proporcione la siguiente información**

Nombre

Ciudad de donde nos visita

Cómo se enteró del complejo

Nombre y apellido y motivo de la visita

Correo electrónico

Fecha de nacimiento



**3. Agradeceremos nos responda lo siguiente:**

	<b>Sí</b>	<b>No</b>
<b>Volvería a hospedarse en nuestro complejo?</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Nos recomendaría?</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Muchas gracias por su tiempo para responder nuestra encuesta.  
Nos esforzamos por hacer de su experiencia la mejor.  
Esperamos verlo pronto!**

## **CAPITULO 11: CONCLUSIONES**

### **I. EVALUACION FINAL DEL PROYECTO**

#### **i. Viabilidad Técnica**

El proyecto es técnicamente posible ya que se dispone de todos los recursos a su alcance. Desde el permiso municipal, proveedores para los insumos y lugar para su instalación. Además como se manifestó este tipo de construcciones es de muy fácil instalación y bajo costo.

Se contratará además a profesionales en sustentabilidad para hacer posible la creación de un complejo completamente respetuoso de la naturaleza.

#### **ii. Viabilidad Comercial**

La zona de Tigre es un lugar con un gran potencial turístico. Los miles de personas que anualmente llegan al lugar desde distintas partes del mundo así lo demuestran.

Por otra parte, un importante crecimiento de las llegadas y pernoctaciones hacia la mencionada ciudad, registrado en los últimos años, supone un escenario muy favorable en cuanto a las estimaciones futuras.

Existe un mercado para este proyecto, un mercado que busca una opción innovadora en cuanto a hotelería, con un interés sustentable. Este tipo de turismo, ha crecido considerablemente a nivel mundial.

Además en los últimos años gracias a acciones de gobierno, nacionales y locales, se ha tomado también conciencia desde las autoridades, por lo cual el proyecto llegará en el momento justo.

La principal riqueza del destino es su entorno natural y que mejor un tipo de turismo que la preserve.

#### **iii. Viabilidad Económica**

El proyecto es económicamente viable.

La estructura de Domos no es un tipo de construcción que implique una gran inversión y los terrenos en la zona del Delta no son muy costosos por tratarse en su mayoría de terrenos inundables. En caso de ser necesario se recurrirá a los préstamos del Banco

Nación que ofrece la secretaria de Turismo<sup>34</sup>. Esto se reconfirmará con la puesta en marcha. Se estima recuperar la inversión al quinto año para poder expandir el negocio.

#### **iv. Viabilidad Social**

El proyecto generará puestos de trabajo en la zona. Se priorizará a los pobladores del lugar en cuanto a la selección de personal. Se privilegiará a proveedores locales y se fomentará a los artesanos de la zona dándole en el proyecto un lugar importante. Además mejorará la calidad de vida de los pobladores del lugar, no solo en lo relativo al medio ambiente sino también en cuanto a la infraestructura del destino, seguridad, etc.

El complejo aportará un espacio de educación ambiental, única en la zona, lo que se traducirá como un beneficio para la comunidad educativa en general.

#### **v. Viabilidad Ambiental**

El proyecto está ambientalmente pensado para reducir al máximo el impacto en la naturaleza y el planeta.

Para ello no solo contará con una infraestructura sustentable especialmente diseñada con ese fin desde el momento de su creación como ya se ha mencionado. Sino que creará conciencia desde empleados, pasajeros hasta la comunidad desde las buenas prácticas como:

- ✓ Respetar el uso de senderos para a su vez respetar la flora y fauna del lugar.
- ✓ Educar al turista para que no se lleve recuerdos ni deje objetos o marcas como ser los grafitis en el lugar visitado.
- ✓ Planificar e informar sobre la interacción sobre las comunidades nativas.
- ✓ Controlar la capacidad de carga de manera de no causar un impacto negativo sobre determinados atractivos.
- ✓ Evaluar el tamaño del grupo para las actividades en concordancia con la cantidad de guías para poder brindar un servicio más satisfactorio y seguro.

## **II. CONCLUSION**

En función a sus numerosos atractivos de todo tipo y principalmente al entorno natural, la zona del Tigre y Delta es el lugar indicado para la instalación del complejo. Además

---

<sup>34</sup> <http://turismo.gob.ar/nuevas-lineas-credito-bajo-costo-para-invertir-en-turismo>

de ser un destino sumamente accesible desde todas partes del país y con tradición turística instalada.

El complejo potenciará el contacto con la riqueza natural de la zona gracias a su estructura y diseño innovador, ya que se encuentra inserto en la misma naturaleza y permite interactuar con ella en forma más directa.

Gracias a esta estructura de Domos se puede combinar no solo esta experiencia única y sumamente confortable, sino que ayuda a la sinergia de dos actividades: turismo y sustentabilidad.

Además tengamos en cuenta que el turismo sigue creciendo en la zona y aun más el de intereses especiales como el turismo sustentable o responsable.

Es por eso que valiéndose de una buena difusión y comunicación de los beneficios del proyecto este será todo un éxito.

Resumiendo, el proyecto beneficiará:

- A la naturaleza
- Al pasajero
- A la comunidad
- A la actividad económica de la zona.

Es por eso que Eco Domos Tigre es completamente viable.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Acerenza, Miguel Ángel (2000). Administración del turismo. 4ta. Edición, México, Editorial Trillas.
- Boullón, Roberto (1983). Las actividades turísticas y recreacionales, 3ra. Edición, México, Editorial Trillas.
- Cárdenas Tabares, F. (1996). Proyectos turísticos, localización e inversión. Trillas Editorial. 2da edición México.
- Fullana, Pere; Ayuso, Silvia (2002). Turismo sostenible. 1ra. Edición, Barcelona, Editorial Rubes.
- Kotler, Philip y Kevin Lane Keller (2006). Dirección de Marketing PEARSON EDUCACIÓN, México. ISBN: 970-26-0763-9 Área: Universitaria Formato: 21 × 27 cm Páginas: 81.
- Paniego, A. G. (2011); Introducción a la administración estratégica en hotelería. Ladevi Ediciones. 1ra edición Buenos Aires.
- Porter, Michael E.(1990). Ventaja competitiva. S.L. (grupo patria cultural) Alay ediciones.
- Ritchie, B. J. R. y Hudson, S. (2009): «Understanding and Meeting the Challenges of Consumer/Tourist Experience Research», International Journal of Tourism Research, vol. 11, n° 2, pp. 111-126.
- Román, Fabián (2008). Turismo y Sostenibilidad. 1ra. Edición, Buenos Aires, Editorial UNLA.
- Sabino, Carlos (1998). Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos. 3ra. Edición, Buenos Aires, Editorial Lumen – Humanitas.
- Sancho Amparo (1998). Introducción al Turismo. 1ra Edición, Madrid, OMT.
- Wilcox, Dennis, C. (2006). Relaciones públicas. Estrategias y tácticas. Fourta Ediciones. 8va edición México.

### Sitios Web Consultados:

- Ambiente Ecológico- [www.ambiente-ecologico.com](http://www.ambiente-ecologico.com)
- Año del Turismo Sostenible- <http://www.tourism4development2017.org/es/acerca-del-ano/>
- Asociación de Hoteles de Turismo de la Republica Argentina. <http://www.ahtra.com/>
- Arqhys- [www.arqhys.com](http://www.arqhys.com)

- Booking- <https://www.booking.com>
- CREST- <http://www.responsibletravel.org/whoWeAre/aboutUs.php>
- ENAC-[www.eniac.es](http://www.eniac.es)
- Feria Internacional de Turismo. <http://fit.org.ar/>
- Hoteles mas verdes- <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/>
- IRAM. <http://www.iram.org.ar/index.php?IDM=0&IDN=469&alias>
- NORMAS ISO. <https://www.nueva-iso-14001.com/>
- Municipalidad de Tigre- [www.tigre.gov.ar](http://www.tigre.gov.ar)
- ONU Medio Ambiente- <http://web.unep.org/americalatinacaribe/>
- Organización Mundial del Turismo: <http://www.world-tourism.org/>
- Real Academia Española. <http://www.rae.es/>
- Reserva de la Biosfera Delta del Paraná.  
<http://www.sanfernando.gov.ar/municipio/secretarias/secetaria-de-salud/direccion-general-de-medio-ambiente/reserva-de-biosfera-delta-del-parana>
- Sistema de Estadísticas Ambientales. <http://estadisticas.ambiente.gob.ar/>
- Tigre Tiene Todo- [www.tigretienetodo.com.ar](http://www.tigretienetodo.com.ar)
- Todo Delta- [www.tododelta.com.ar](http://www.tododelta.com.ar)
- Welcome Delta: (Pág. Web extraoficial)- [www.welcomedelta.com.ar](http://www.welcomedelta.com.ar)
- Welcome Argentina- <https://www.welcomeargentina.com/tigre/mapa.html>
- Wikipedia- <https://es.wikipedia.org/>

#### Documentos oficiales

- OBJETIVOS DEL DESARROLLO DEL MILENIO (2015). Recuperado de [http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015\\_spanish.pdf](http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/2015/mdg-report-2015_spanish.pdf)
- Guía de Recomendaciones Ambientales- Secretaria de Turismo de la Nación (2007). Recuperado de <http://www.ecopuerto.com/Bicentenario/informes/GUIARECOMENDAMBTURISMO.pdf>
- PNUMA. Declaración de Rio sobre el Medio Ambiente. (1992) Recuperado de [http://www.pnuma.org/sociedad\\_civil/reunion2013/documentos/STAKEHOLDER%20PARTICIPATION/1992%20Declaraci%C3%B3n%20de%20R%C3%ADo%20Espa%C3%B1ol.pdf](http://www.pnuma.org/sociedad_civil/reunion2013/documentos/STAKEHOLDER%20PARTICIPATION/1992%20Declaraci%C3%B3n%20de%20R%C3%ADo%20Espa%C3%B1ol.pdf)
- ORDENANZA 3345/13 aplicable a la zona para la construcción. NORMAS PARA LA

CONSTRUCCIÓN EN LA LOCALIDAD DELTA DE TIGRE (2013).- Recuperado de [http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/documentos/digestos-pdf/Obras\\_Particulares-Ordenanza\\_3345-13.pdf](http://servicios.tigre.gov.ar/digesto/documentos/digestos-pdf/Obras_Particulares-Ordenanza_3345-13.pdf)

- OTM PUBLICACIONES (2016)- Recuperado de [https://www.e-unwto.org/pb-assets/unwto/unwto\\_catalogue\\_2016.pdf](https://www.e-unwto.org/pb-assets/unwto/unwto_catalogue_2016.pdf)

#### Artículos Periodísticos:

- Concurso de hotelería sustentable (2007) Hoteles mas verdes.  
[http://www.hotelesmasverdes.com.ar/ecoetiqueta\\_programa\\_ecoetiquetado\\_hoteleria\\_sustentable.php](http://www.hotelesmasverdes.com.ar/ecoetiqueta_programa_ecoetiquetado_hoteleria_sustentable.php)
- Dirección de Prensa del Municipio de Tigre. “Entidades sociales de tigre recibieron aportes del plan Bio”. Revista en Línea (2009)- <http://www.tigre.gov.ar/2009-prensa/090430-01.html>
- Dirección de Prensa del Municipio de Tigre. Cierre de la campaña de educación y concientización ambiental para las escuelas de Tigre. Revista en línea (2009)- <http://www.tigre.gov.ar/2009-prensa/090421-01.html>
- Gambling. Clarín. Suplemento Viajes (2017). <https://www.lanacion.com.ar/1734316-premios-a-los-hoteles-sustentables>
- Hoja de Ruta turismo sostenible 2030 (2017)- Organización Mundial de Turismo- <http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-12-21/una-hoja-de-ruta-de-aqui-2030-el-legado-del-ano-internacional-del-turismo-s>
- Pulso turístico: turismo más sustentabilidad. Estudio revela la suba en la demanda del turismo responsable  
[http://www.pulsoturistico.com.ar/mas\\_informacion.asp?id=10174&titulo=Estudio-revela-la-suba-en-la-demanda-del-turismo-responsable](http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=10174&titulo=Estudio-revela-la-suba-en-la-demanda-del-turismo-responsable)
- Tigre espera superar los 5 millones de visitantes. Telam. Sección turismo. (2016)  
<http://www.telam.com.ar/notas/201612/174232-tigre-visita-turistas-delta.html>
- Turismo y desarrollo sustentable, ejes de un encuentro entre Tigre y Suiza. Pagina del Municipio de Tigre (2016)- <http://www.tigre.gov.ar/noticias/turismo-y-desarrollo-sustentable-ejes-de-un-encuentro-entre-tigre-y-suiza/>
- Premios a los hoteles sustentables. Clarín. Sección inmuebles (2014)  
<https://www.lanacion.com.ar/1734316-premios-a-los-hoteles-sustentables>

## ANEXOS

---

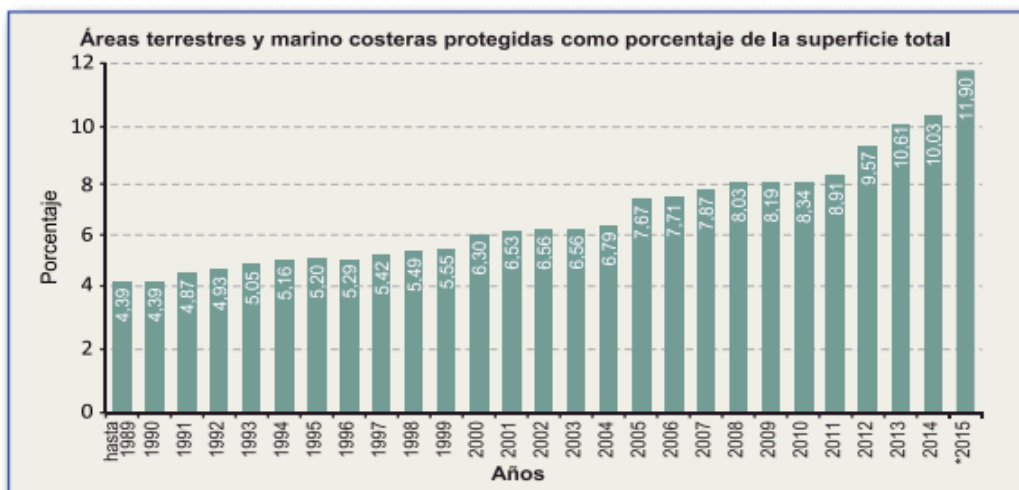
---

### ANEXO 1:

#### **Áreas terrestres y marino costeras protegidas como porcentaje del total**

Cuantifica la superficie de las áreas terrestres protegidas en relación a la superficie total del país.

La proporción territorial protegida se ha incrementado en forma sostenida, durante los últimos años. En el año 2000, el país se comprometió a alcanzar el 10% de protección para 2015, objetivo alcanzado, en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Más recientemente en la X Conferencia de las Partes del Convenio de Diversidad Biológica (Nagoya-Japón, Octubre 2010) se arribó a un nuevo acuerdo hacia 2020, donde se estableció como meta la protección del 17% de áreas terrestres y de aguas continentales y un 10% de las zonas marinas y costeras. La información actualizada al mes de junio de 2015 indica que la República Argentina cuenta con 434 áreas protegidas, con una superficie aproximada de más de 33.000.000 ha, que representan el 11,90% de la superficie continental nacional. A esta superficie continental debe agregarse el Área Marina Protegida, Namuncurá-Banco Burwood, con una superficie aproximada a 2.800.000 ha, creada por Ley Nacional N° 26.875, lo que suma un total de 435 áreas protegidas



Nota: \* hasta junio de 2015.

Fuente: Secretaría Técnico Administrativa del Sistema Federal de Áreas Protegidas (SIFAP). Grupo de Trabajo de Áreas Protegidas. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable

Las áreas protegidas son un instrumento esencial para la conservación de superficies representativas de ecosistemas. Implica por lo tanto el mantenimiento del patrimonio natural,



cultural, como también los procesos que los sustentan. Constituyen áreas de interés para la investigación, y por su valor paisajístico y turístico contribuyen al desarrollo local/regional de las comunidades. Las áreas protegidas son parte fundamental de una estrategia de desarrollo sostenible.

Fuente: <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>

## **ANEXO 2:**

### **TURISMO SOSTENIBLE A NIVEL MUNDIAL**



#### **2017 EL AÑO DEL TURISMO SOSTENIBLE**

La Asamblea General de las Naciones Unidas, en su 70º período de sesiones, declaró 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo (A/RES/70/193).

Una oportunidad única de sensibilizar a las instancias decisorias de los sectores público y privado, y al público en general, respecto a la contribución del turismo sostenible al desarrollo, movilizándolo a la vez a todos los interesados para que trabajen juntos con el fin de hacer del turismo un catalizador de cambio.

En el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Año Internacional aspira a impulsar cambios en las políticas, en las prácticas empresariales y en el comportamiento de los consumidores, con el objetivo de hacer del turismo un sector más sostenible que pueda contribuir a alcanzar esos ODS.

El #IY2017 ayudará a promover el papel del turismo en las cinco áreas clave siguientes:

- 1) Crecimiento económico inclusivo y sostenible
- 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza
- 3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático
- 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio
- 5) Entendimiento mutuo, paz y seguridad

La Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo especializado de las Naciones Unidas en la esfera del turismo, tiene el mandato de facilitar la organización y observancia del Año Internacional, en colaboración con gobiernos, organizaciones competentes del sistema de las Naciones Unidas, organizaciones internacionales y regionales y otras partes interesadas.

Fuente: Organización Mundial de Turismo: <http://www2.unwto.org/es>

## ANEXO 3: MODELO ENCUESTA

### Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas

**Favor de llenar el cuestionario en su totalidad con la mayor sinceridad posible**

Lugar de Procedencia: \_\_\_\_\_

Sexo: F M

¿Con cuántas personas viaja? \_\_\_\_\_

¿Por cuántos días viene o vino a la ciudad? \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

1. Por orden de importancia enumere los motivos principales de su visita, siendo (9) el más importante y (1) el menos importante.

- ( ) Descanso o placer
- ( ) Diversión
- ( ) Negocios
- ( ) Congresos
- ( ) Compras
- ( ) Cultura
- ( ) Estudios
- ( ) Visita a familiares
- ( ) Otro \_\_\_\_\_

2. Por orden de importancia enumere los factores adicionales que influyeron para venir a la ciudad siendo (10) el más importante y (1) el menos importante.

- ( ) Recomendaciones
- ( ) Conocimiento previo
- ( ) Cercanía del lugar de origen
- ( ) Precios
- ( ) Disponibilidad de tiempo
- ( ) Diversidad de actividades
- ( ) Interés por conocer nuevos lugares
- ( ) Visitar a familiares o amigos
- ( ) Trabajo
- ( ) Otro \_\_\_\_\_

**Marque con una "X" las opciones de respuesta apropiadas**

3. ¿Cómo supo de la ciudad? (Puede marcar más de una opción)

- a) Por publicidad
- b) Internet
- c) Amistades
- d) Agencias de viaje
- e) Otro \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la ciudad? (Marque una sola opción)

- a) Avión
- b) Autobús
- c) Automóvil

5. ¿Con cuánto tiempo de anticipación realizó sus reservaciones? (Marque una sola opción)

- a) No hice reservaciones (**si no reservó continúe en la pregunta 6**)
- b) 1 semana antes
- c) 2 semanas antes
- d) 3 semanas antes
- e) 1 mes antes
- f) Mas de un mes antes

5.1 Medio por el cual reservó (Puede marcar más de una opción)

- a) Directo
- b) Agencia
- c) Excursión/ Contrato
- d) Internet

5.2 ¿Cuál fue su forma de pago? (Puede marcar más de una opción)

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de crédito
- c) Tarjeta de débito
- d) Cheque

6. ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia en la ciudad? (Puede marcar más de una opción)

- a) Hotel
- b) Hotel Boutique
- c) Hostal
- d) Mesón
- e) Pensión
- f) Casa de familiares
- g) Casa de huéspedes
- h) Casa de campaña
- i) Casa o departamento propio
- j) Casa o departamento en renta

**En el caso de que se encuentre hospedado en algún hotel de la ciudad, pase a la pregunta 6.1 de no ser así pase a la número 7**

6.1 ¿De cuántas estrellas es el hotel donde se hospeda?

- a) 1 estrella
- b) 2 estrellas
- c) 3 estrellas
- d) 4 estrellas
- e) 5 estrellas
- f) No sé

7. ¿Qué tipo o tipos de servicios alimentarios ha elegido?  
(Puede marcar más de una opción)

- a) Restaurante de servicio completo (de lujo)
- b) Restaurante de especialidades (mariscos, aves, etc.)
- c) Restaurante étnico (mexicano, chino, etc.)
- d) Restaurante familiar
- e) Restaurante de comida rápida
- f) Cafetería (servicio de café y alimentos)
- g) Restaurante en el lugar de hospedaje
- h) Bares y tabernas
- j) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es el medio de transporte que va a utilizar o ha utilizado durante su estancia en la ciudad? (Puede marcar más de una opción)

- a) Automóvil propio
- b) Automóvil rentado
- c) Autobús urbano

- d) Autobús turístico
- e) Taxi
- f) Motocicleta

- g) Bicicleta
- h) Caminando
- i) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**¡Muchas gracias por su amable colaboración!**

# Premios a los hoteles sustentables

Fueron distinguidos los establecimientos que hacen foco en el medio ambiente

13 de octubre de 2014

**E**n el marco de la exposición Hotelga, realizada en La Rural, se efectuó el Concurso Nacional de Hotelería Sustentable en la República Argentina, Hoteles más Verdes, organizado por la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (Ahtra) y la Federación Empresarial Hotelera Gastronómica de la República Argentina (Fehgra), en el que se distinguieron a distintos establecimientos ubicados en varios puntos de nuestro país.

Argoth Hotel, Wellness & Business un proyecto hotelero sustentable de La Plata, fue el proyecto ganador en Hotelería Sustentable. El inmueble cuenta con una innovadora arquitectura societaria, comercial y operativa. La capacitación de usuarios, empleados y proveedores y el diseño y la arquitectura pasiva generan un sólido marco de sustentabilidad. Todo ello, sin dejar de lado el diseño y la estética, sello distintivo de ABES, la desarrolladora del proyecto. El objetivo de los premios consiste en promover la ecoinnovación y la gestión ambiental de la hotelería como oportunidad de mejora y factor de diferenciación en el mercado turístico, incentivar el desarrollo de los proyectos en la hotelería y el turismo que integren la sustentabilidad ambiental, económica y social, entre otros.

También por el Argoth Hotel, Wellness & Business, se premió a la entidad que presentó el proyecto: BIEI Global Hospitality Solutions-Development & Consulting. A la arquitecta Mercedes Irisarri, y el economista Massimo Praga, socios en BIEI Global.

Por otra parte, el premio Hoteles Sustentables 2014: fue para Compromiso Real-Casa Real Hotel de Salta. Y el premio Herramientas para la Hotelería Sustentable: para NUno Hostel (Ezeiza, Buenos Aires), Hoteles Solidarios aportando a un turismo más sustentable (Córdoba Capital), Eco-Sustentabilidad de Cabañas en Corcovado (Chubut) y Vacaciones sin Huella (de Esquel).



## ECOETIQUETA

Bienvenido al Programa de Ecoetiquetado de Hotelería Sustentable en la República Argentina, un programa de alcance nacional de certificación de turismo sustentable disponible para los hoteles y alojamientos turísticos.

El objetivo del programa es promover el fortalecimiento y la adopción de buenas prácticas de gestión sustentable y la calidad de los servicios en las empresas del rubro con el fin de satisfacer las exigencias del mercado, cada vez más concientizado hacia el turismo sustentable, y con ello, mejorar su competitividad.

La ecoetiqueta ITH es el distintivo que reconoce y certifica a aquellos hoteles argentinos que demuestran una gestión sustentable, respetuosa con el medio ambiente y socialmente responsable con la comunidad y con el destino turístico en el que desarrollan su actividad.

La concesión de esta ecoetiqueta exige a los hoteles el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Protocolo de Gestión Sustentable en Hoteles en uno de sus 3 niveles de aplicación: Bronce, Plata u Oro.

Es una certificación voluntaria basada en los principios y criterios internacionales de turismo sustentable para hoteles, que requieren demostrar una gestión sustentable eficaz que reduzca los impactos negativos sobre el patrimonio natural y cultural de las comunidades, maximizando los beneficios sociales y económicos de la actividad turística.

La extensión en la aplicación del programa y el uso de esta ecoetiqueta por los hoteles de Argentina orientará a los clientes y operadores turísticos a la hora de seleccionar según criterios objetivos los establecimientos hoteleros que les ofrezcan garantías de calidad ambiental y prácticas responsables, proporcionándoles información veraz y verificada por tercera parte de su desempeño en gestión sustentable.

El Programa de Ecoetiquetado de Hotelería Sustentable en la República Argentina es fruto del trabajo de la AHT y del asesoramiento experto de la consultora FORMAGRUPO. El programa ha sido validado por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), cuenta con el reconocimiento y auspicio de la Dirección de Gestión de Calidad Turística del Ministerio de Turismo de la Nación.



El Programa de Ecoetiquetado de Hotelería Sustentable entró en vigor en mayo de 2013.



## ÚLTIMAS NOTICIAS

SE APROXIMA EL CIERRE DE INSCRIPCIÓN PARA EL CONCURSO DE HOTELERÍA SUSTENTABLE - ARGENTINA 2017

GANADORES 4ª EDICIÓN CONCURSO HOTELES + VERDES

JORNADA ABIERTA DE SUSTENTABILIDAD EN CHUBUT - AGO 5 Y 6 2015

IV Edición del Concurso Hoteles más Verdes. Se aproxima el cierre de inscripción.

Hoteles + Verdes en el 1º Congreso de Ecoturismo Sustentable de la UCES

[http://www.hotelesmasverdes.com.ar/ecoetiqueta\\_programa\\_ecoetiquetado\\_hoteleria\\_sustentable.php](http://www.hotelesmasverdes.com.ar/ecoetiqueta_programa_ecoetiquetado_hoteleria_sustentable.php)

1/2



## TURISMO

21/12/2016 BUENOS AIRES

### **Tigre espera superar los cinco millones de visitantes que tuvo en 2016**

El crecimiento de la actividad turística en la zona fue exponencial: en el 2007 contaba con 230 camas, mientras que ahora ofrece más de 3.000 plazas, dado el aumento de la oferta en hotelería y gastronomía.



El partido bonaerense de Tigre llegó a tener este año más de 5.300.000 visitantes sin contar noviembre y diciembre, con picos en los fines de semana largos de al menos 100.000 personas en el típico Puerto de Frutos.

El director de Promoción Turística de la municipalidad, Eduardo Adelinet, destacó además las inversiones que se hicieron y que incluyen un shopping a cielo abierto, de inminente inauguración.

El funcionario agregó que salvo los visitantes que van a pasar el día y los excursionistas, los turistas que se quedan a dormir llegan a promediar una estadía promedio de tres días por

<http://www.telam.com.ar/notas/201612/174232-tigre-visita-turistas-delta.html>

1/8

persona.

Subrayó que la zona recibe mayor cantidad de visitantes "el día del medio de los fines de semana largo" y remarcó que si bien tienen "visitantes durante todo el año" la temporada alta comienza en diciembre y se extiende todo el verano, por lo que el nuevo shopping es razonable que se inaugure en marzo".

En diálogo con Télam, Adelinet precisó que "en los meses de marzo a noviembre, la mayor cantidad de turistas son extranjeros" y que de "noviembre a enero o febrero, el 80 por ciento de los visitantes son nacionales".

Además del Puerto de Frutos, el partido cuenta con el Casco Histórico, el Boulevard Sanz Peña, el antiguo Hotel Victoria con su señorial paseo, ahora convertido en el Museo del Arte de Tigre, la parte de Benavidez Aventura y la primera parte del Delta, con múltiples actividades para hacer en sus escuelas de remo, en las islas y en su parte continental.

El encargado de turismo en esa ciudad, ubicada a 35 kilómetros al norte de la Capital Federal, adelantó que "en este mes de diciembre ya saben que cuentan con más visitantes que el año pasado" por la demanda que tienen para sus "3.273 camas registradas", lo que incluye todas las categorías de hoteles, posadas y cabañas.

La zona también tiene camping, pero lo que abunda son los recreos del Delta, entre los que se destaca El Tropezón, el lugar donde se suicidó el escritor Leopoldo Lugones, a orillas del río Luján.



Entre los campings se destaca el de Villa la Ñata, mientras que existen en la zona gran cantidad de centros recreativos de casi todos los sindicatos con sus respectivas piletas y

# Glamping, la tendencia en alojamiento joven en Córdoba



El campamento cambió; incluye somier, aire acondicionado y electromésticos.  
Complejos de domos en medio de la naturaleza  
[Gabriela Origlia](#)

25 de enero de 2017 • 00:28

**C**órdoba. El paisaje de sierras y arroyos y el clima de esta provincia la convirtieron, hace décadas, en meca de campamenteros. Mochila, tienda, bolsa de



dormir y calentador era el equipaje básico para pasar unos días de tranquilidad o aventura, conforme al estilo que se eligiera. **Los tiempos cambiaron y son muchos los que ahora elige hacer glamping. Es decir, camping con glamour.**

Hace unos años Córdoba se sumó a esta tendencia mundial ligada al [turismo](#) sustentable y nacida en África, donde decidieron incluir comodidades y algunos lujos para los viajeros de más capacidad económica que quisieran experimentar aventuras por lugares inhóspitos. En la Argentina, además de esta provincia, hay propuestas de glamping en la Patagonia (Santa Cruz y Chubut), Pinamar y Malargue (Mendoza).

## **Sustentable chic**

En Capilla del Monte, a 110 kilómetros al norte de la capital cordobesa y donde todo gira alrededor del cerro Uritorco, está "Dos Aguas". El lugar nació como un complejo de cabañas y hace unos cuatro años, cuando sus dueños proyectaron una ampliación, decidieron volcarse a una "idea más sustentable; intervenir el monte serrano con el mínimo impacto posible".

Cuatro domos con somier en el dormitorio, aire acondicionado, living decorado con muebles de viajeros, como antiguos baúles, integran la propuesta. **Todos los materiales usados en la construcción son sustentables y ya preparan la instalación de paneles solares para reemplazar la energía tradicional por la renovable.** Cada uno tiene baño privado, pero a 30 metros.



Organismo especializado de las Naciones Unidas  
**Organización Mundial del Turismo OMT**

Español ▼



Buscar...

[Inicio](#) [Acerca de la OMT](#) [¿Qué hacemos?](#) [Regiones](#) [Eventos](#) [Comunicación](#) [IY2017](#) [Contáctenos](#)

## Press Release

[Suscribirse a la lista de correo](#)

# Una hoja de ruta de aquí a 2030: el legado del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, 2017

**PR No.:** PR 17137  
19 Dic 17

*Participantes venidos de todo el mundo asistieron a la ceremonia oficial de clausura del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, 2017, en el Palacio de las Naciones en Ginebra (Suiza). Durante el evento se repasaron los principales logros del Año y se discutió la hoja de ruta para impulsar la contribución del turismo a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.*

[+] Newsletter



**UNWTO News**  
72  
Febrero 2018

[+] Publications



## Turismo y desarrollo sustentable, ejes de un encuentro entre Tigre y Suiza



El intendente de Tigre, Julio Zamora se reunió con el embajador del país europeo, Hanspeter Mock. Abordaron también temas como la gestión cultural y las políticas de seguridad.

El Municipio de Tigre continúa estrechando lazos con ciudades de todo el mundo. En esta ocasión, el jefe comunal, Julio Zamora, recibió la visita del embajador de Suiza en el país, Hanspeter Mock, para intercambiar opiniones respecto del potencial del vínculo entre la Embajada de Suiza y el distrito, en materia de medio ambiente, turismo sustentable, desarrollo económico, cultura, seguridad y desarrollo democrático y transparencia.

Al respecto, Zamora destacó: “Suiza es un país que siempre se ha destacado por estar a la vanguardia en materia de cuidado del medio ambiente y desarrollo democrático. Nos ha ofrecido colaboración técnica y es nuestra responsabilidad como gobierno sacar provecho de esta propuesta para el bien de nuestros vecinos. Vislumbro en este vínculo una usina de ideas y conocimiento que pueden nutrir nuestro Plan Estratégico de Gobierno en asuntos como la gestión de residuos sólidos, desarrollo turístico, la seguridad, la creación de empleo genuino y la mejora de nuestro sistema de representación”.

Entre los temas tratados se incluyeron: la presentación del programa EcoSuiza (una plataforma de intercambio y cooperación en materia de ecología) por parte del embajador y la posibilidad de implementarlo en Tigre; la problemática de la basura en Argentina y la producción de energía térmica, en el marco del concepto Waste to Energy.



Por su parte, el embajador afirmó: “Siempre me pone contento venir a Tigre, además soy presidente honorario del Club Suizo de remo del distrito. En esta ocasión, nos reunimos con el intendente Julio Zamora para conversar ciertos temas que podrían resultar de interés común, sobre todo en el ámbito del desarrollo sustentable. Hablamos de gestión de los residuos sólidos aportando la experiencia suiza, para ver si puede servir de fuente de inspiración. Además, hablamos de 2017 que es año internacional del turismo sustentable y finalmente charlamos sobre la participación ciudadana, en la que Suiza tiene experiencias para compartir”.

Y agregó: “Felicitamos al intendente y al municipio por la prolijidad de la ciudad. Hay una preocupación por mantener un lugar que sea atractivo para el turismo y para las futuras generaciones, en un paisaje tan maravilloso como lo es el Delta”.

El embajador describió el uso del método de Democracia Directa Moderna, impulsado por la embajada de Suiza para la realización de consultas populares.

Se trató, además, el vínculo entre Tigre y Suiza, a partir de las empresas ya instaladas en el distrito como Roche, Nestlé y Firmenich, el lazo mediante el deporte y la importancia del Club Suizo de Remo para la comunidad Suiza en Argentina. Respecto de la preservación edilicia, cabe señalar que el municipio impulsa la candidatura en la UNESCO para la declaración como patrimonio mundial al sector urbano de Tigre y los clubes de remo.

Estuvieron también presentes durante el encuentro: el director de la Empresa MTP Residuos SA, Manuel Angelillo, el subsecretario de Gestión Pública del Municipio de Tigre, Gonzalo Meschengieser, entre otros.

<http://www.tigre.gov.ar/noticias/turismo-y-desarrollo-sustentable-ejes-de-un-encuentro-entre-tigre-y-suiza/>