



UNIVERSIDAD  
**FASTA**

## Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Turismo

Trabajo Final Integrador



**Excursión: AVENTURA ESTRELLA**

**Profesora Tutora: LIC. CAROLINA BEBER.**

**Alumna: Beatriz Ramona Falcón.**

**Año: 2021**

## **INDICE**

<b>1) INTRODUCCION.....</b>	<b>5</b>
<b>2) RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>7</b>
1.1 Nombre del Proyecto .....	7
1.2 Breve resumen de la idea del proyecto .....	7
1.3 Nombre del destino turístico donde se desarrolla el proyecto .....	7
1.4 Características del destino .....	7
1.5 Estado de desarrollo del turismo local.....	9
<b>3) DIAGNOSTICO F.O.D.A. ....</b>	<b>16</b>
2.1- F.O.D.A. del PROYECTO.....	16
i. Fortalezas.....	16
ii. Debilidades.....	16
iii. Oportunidades.....	16
iv. Amenazas.....	16
2.2- F.O.D.A. del DESTINO.....	17
a- Fortalezas.....	17
b- Debilidades.....	17
c- Amenazas.....	18
d- Oportunidades.....	18
<b>4) OBJETIVOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>19</b>
<b>A - Objetivos de Corto Plazo.....</b>	<b>19</b>
<b>B - Objetivos a Mediano y largo Plazo .....</b>	<b>19</b>

<b>5) ESTRATEGIA DE MARKETING.....</b>	<b>20</b>
A- Perfil del Mercado.....	20
A.1- Identificar el perfil de mercado meta del proyecto.....	20
A.2- Segmentación geográfica.....	20
A.3- Segmentación demográfica y social.....	21
A.4- Segmentación comportamental .....	21
A.5-. Posicionamiento del proyecto- Idea vendedora .....	23
B- Marca Turística.....	25
B-1 Marca del Destino.....	26
B-2 Marca del Proyecto .....	26
C - Estrategia de relación con clientes.....	28
<b>6) DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO.....</b>	<b>29</b>
1.- Característica del producto innovador.....	29
2. - Otros temas relevantes del producto.....	33
<b>7) POLITICA DE COMUNICACION.....</b>	<b>36</b>
8.1 -Principales Medios de Difusión.....	36
8.2- Marketing en medios sociales.....	36
8.3-Sitio Web.....	39
8.4- Comunicación Directa.....	40
<b>8) POLITICA DE COMERCIALIZACION.....</b>	<b>41</b>
9.1. Como se comercializará el proyecto.....	41
9.2 Quienes Intermediarán con el Cliente.....	42
9.3 Comercio Electrónico.....	42
<b>9) POLITICA DE PRECIOS.....</b>	<b>44</b>

7.1- Estructura de costos .....	44
7.2- Fijación de precios.....	45
7.3- Precios comparativos.....	46
7.4- Estacionalidad de la Demanda .....	46
<b>10) CALIDAD TURISTICA.....</b>	<b>47</b>
a.- satisfacción del cliente.....	47
b- Momento y manera en que se hará llegar la encuesta.....	47
c- Formulario de encuesta de satisfacción.....	48
<b>11) CONCLUSIONES.....</b>	<b>50</b>
<b>12) BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>51</b>
<b>13) ANEXOS.....</b>	<b>53</b>

## 1) INTRODUCCION

La OMT define al turismo como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios etc

**Turismo de naturaleza** entendemos que es una forma de hacer turismo sin afectar los recursos naturales y el medio ambiente. De este tipo de turismo vamos a realizar el excursionismo y el senderismo

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), calificó el Turismo de Naturaleza como un segmento líder en la recuperación del sector tras la pandemia de Covid-19, puesto que es una experiencia al aire libre y se realiza de forma rápida por los viajeros.

El sector de viajes y turismo es resiliente y se recuperara muy pronto de los efectos negativos de la pandemia, la clave está en el trabajo coordinado entre todos los actores involucrados público y privado.

Según datos Booking.com publicado (28/10/2020), el informe del buscador de hoteles, arroja un cambio claro en el comportamiento del viajero , las tendencias de viajes Post Covid , las actividades en destino más deseadas son, las vinculadas con el aire libre desde que empezó la pandemia, en dicha plataforma han aumentado las búsquedas más sencillas, como hacer senderismo, paseos náutico, para respirar aire puro, disfrutar de la naturaleza, relajarse, los estudios muestran que los viajeros eligen disfrutar de pequeños placeres, como pasar tiempo al aire libre solo o en familia, buscan experiencias rurales.<sup>1</sup>

Como así también la naturaleza no solo va a ser una tendencia como destino, sino su cuidado y respeto será la clave de un 2021, los viajeros elegirán aquellas opciones de viajes más sostenibles e intentará reciclar y reducir la emisión de residuos durante sus vacaciones. Otro trending topic viajero tras la pandemia, será la sostenibilidad humana, es decir, cómo impacta el viajero en las comunidades locales, los viajeros evitará por cuestiones de sanidad, acudir a las atracciones más populares y optará por destinos sin aglomeraciones.

El Proyecto Turístico AVENTURA ESTRELLA “emprendimiento privado” posee como base el desarrollo de una de las variantes de actividades náuticas en el Río Pilcomayo, provincia de Formosa, la idea nace debido al alto potencial que tiene el recurso Bañado La Estrella, cuyas aguas provienen de dicho Rio y se encuentra en buen estado de conservación. AVENTURA ESTRELLA, es una combinación de excursión náutica y trekking , donde al mismo tiempo de estar en contacto con la naturaleza podrán conocer el patrimonio cultural e histórico de los pueblos originarios y criollos, de esta manera se

desarrollaría un producto basado en la combinación de turismo naturaleza e histórico – cultural e inclusive gastronómico . Ello provocaría un apuntalamiento de la importancia del patrimonio cultural, histórico y natural local, como así una contribución en la diversificación turística de productos vinculados con el recurso hídrico.

En conclusión considero que este proyecto es interesante para desarrollar ya que no solo se trata de incorporar un nuevo producto turístico, sino que también contribuye a mejorar la calidad de vida de la población local, motivándolos a formar parte de la actividad, es una opción atractiva que no solo permitirá pasar el tiempo en la naturaleza sino también conocer más sobre artesanías originarias y criollas.

## 2) RESUMEN EJECUTIVO

### 1.1- Nombre del Proyecto:

**AVENTURA ESTRELLA**

Excursión: “la voz de la naturaleza y expresión ancestral”

### 1.2- Breve resumen de la idea del proyecto

El proyecto “Aventura Estrella” , se desarrollara 100% en El bañado la Estrella, Provincia de Formosa Argentina, será Excursión en canoas a remos por las aguas del Bañado la estrella y trekking auto guiado, recorrerá puntos de interés cultural y patrimonial ancestral de los pueblos indígenas y criollos, aptos para ser realizado durante los meses de febrero a septiembre.

Apuntara principalmente a aquellos turistas amantes de la naturaleza, culturas y tradiciones. La oferta diferenciadora de Aventura Estrella :es que a demás de brindar el servicio de excursión que se realizara en las aguas del bañado, avistando el santuario de vida silvestre, pondrá en valor el paseo de la cultura étnica y criolla , destacando sus mitos, leyendas, relatos de lugareños, sus tradicionales ceremonias a la pachamama , memoria activa de la historia, que hasta la fecha los emprendedores turísticos no han incorporado a sus servicios, la integración de los lugareños como co-protagonistas en el desarrollo turístico de su comunidad, a través de la realización de sus artesanías para la exposición y ventas en el salón cultural ecológico, sentirse involucrados en las decisiones que afectan a sus vidas, los llevara a ser mejores anfitriones, brindando servicio de calidad, procurándole una buena experiencia al visitante.

### 1.3- Nombre del destino turístico donde se desarrolla el proyecto:

**BAÑADO LA ESTRELLA**

### 1.4- Características del destino

El Bañado La Estrella ubicado a 340 km de la capital provincial, se accede por la RN 81 hasta Las Lomitas (localidad cabecera) y luego hacia el norte 40 km por RP 28 en excelentes condiciones actualmente. Es un gran humedal, formado por el desborde del Río Pilcomayo hace 60 años aproximadamente, a partir de allí dejo de ser un río de cauce y se transforma en un Bañado, ha ido creciendo con el tiempo hacia aguas arriba, tiene una

superficie de 400.000 hectáreas, es un área protegida, atravesada por el trópico de Capricornio, constituye junto al Gran Pantanal de Brasil y los Esteros del Iberá de Corrientes una de las tres reservas ecológicas más importantes de América del Sur.

Los visitantes podrán vivir sumatorias de emociones en el Vertedero, una obra hidrovial que se construyó en 2012, para el manejo del agua mediante un sistema de compuertas y que desde allí se realizara el embarco y desembarco de la excursión.

El Bañado de sorprendentes ocasos y amaneceres que estallan el cielo de colores, atesora fabulosas imágenes de un litoral profundo, que revelan el último paraíso oculto del país, la inmensidad, la quietud, la calma, la paz, el verde, el canto de las aves que impulso a la Fundación Biodiversidad Argentina, el Centro de Investigaciones de Vida Silvestre de Japón, la Agencia de Cooperación Internacional de Japón y el Gobierno de la Provincia de Formosa a presentar en 2012 el Proyecto La Estrella. A demás fue declarada Área de Importancia para la Conservación de las Aves (AICAS) por Aves Argentinas y el programa para la conservación de la Boa Curiyú (*Eunectes notaeus*).

Desde el 2017 El Bañado la Estrella forma parte de El Corredor Ecoturístico del Litoral, junto al Parque Nacional Iguazú, el Parque Provincial Saltos del Moconá (Misiones), el área del Iberá (Corrientes) y el área del Impenetrable (Chaco). La concepción de unir las cuatro provincias y entender que lejos de competir se complementan y considerar que es el camino para incluir a muchas personas laboralmente, la preservación de las áreas que integran este corredor verde; generar oportunidades de desarrollo incrementando la oferta turística, promover la participación de las comunidades locales para el desarrollo sustentable del corredor; realizar inversiones públicas y generar condiciones para la inversión privada; fortalecer la conectividad aérea, terrestre y fluvial.

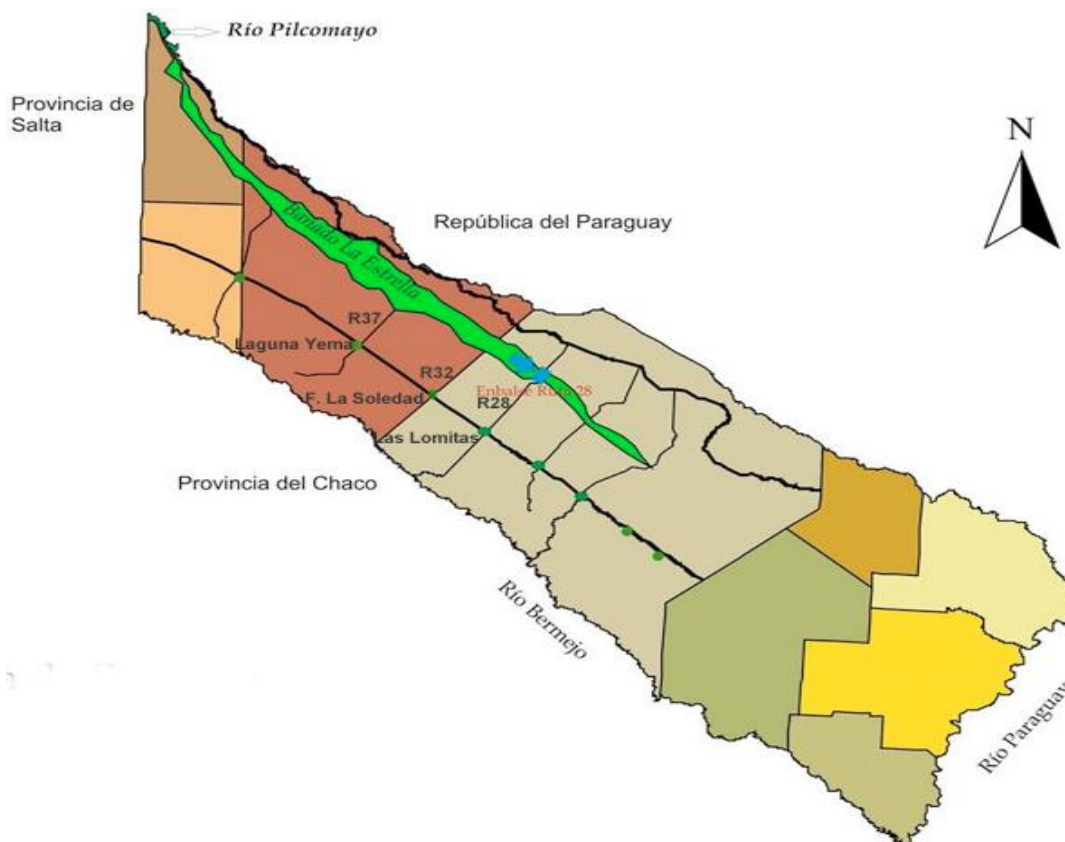
En mayo de 2005 declarado reserva natural provincial, mediante ley 1471. <sup>2</sup>.

Y el 7 de mayo de 2019 el bañado la estrella se convirtió por el voto popular, en una de las 7 Maravillas Naturales de la Argentina el certamen fue organizado por la Fundación "New 7 Wonders."<sup>3</sup>

La región registra la tasa de deforestación más baja del Noreste argentino, importante territorio para los amantes del ecoturismo que permanece a salvo en el centro oeste de Formosa, mientras en otras regiones no se detiene el proceso de erosión y degradación, empujada por la tala, el monocultivo y la ganadería extensiva



## Imagen de la ubicación del Bañado La Estrella en la provincia de Formosa



### 1.5- Estado de desarrollo del turismo local

Formosa es una provincia que está conectada a sus principales atractivos a través de rutas asfaltadas, tiene conectividad digital y conexión eléctrica en toda la provincia. La infraestructura turística de base está en permanente crecimiento, tiene un aeropuerto en la capital provincial "Aeropuerto El Pucú" (comunica Buenos Aires- Formosa) , cuenta con la proximidad de la capital de un país vecino, como es Asunción del Paraguay y un aeropuerto internacional " Silvio Petirosi", muy cerca de Formosa capital y que conecta con otras ciudades de Sudamérica y a partir de ahí a otras regiones del mundo.

La provincia tiene 2.341 plazas hotelera de todas las categorías, otros tipos de hospedajes no convencionales , establecimientos gastronómicos variados , Agencias de viajes, prestadores , guías especializados, Rentadoras de auto, banco, casa de cambios, casino, discotecas, pubs, peña , confiterías , Oficinas de información turística, Policía Ecológica Turística, Ministerio de Turismo.

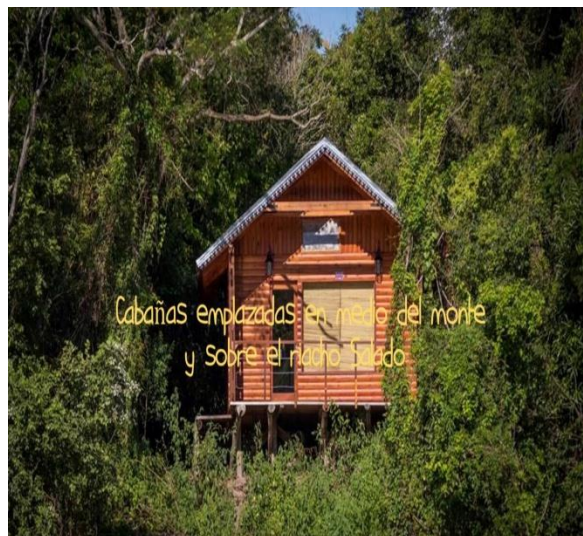
Opinión – conclusión personal: El turismo en la provincia de Formosa creció de manera notoria en los últimos años, antes de la pandemia covid 19, obteniendo la provincia un fuerte posicionamiento que permitió atraer en gran medida a turistas nacionales como extranjeros.



IMAGEN: Fuente Ministerio de Turismo de Formosa

## LOS LUGARES TURISTICOS DE LA PROVINCIA DE FORMOSA

**La localidad de Herradura** , se denomina la villa turística, ubicada a 40km de la capital provincial , donde se realiza cada año en el mes de febrero la Fiesta Internacional de la Corvina de Rio y en el mes de septiembre la fiesta de la Piraña, 2 grandes eventos que trae el turismo de pesca regional, nacional y algunos internacionales limítrofe, también en dicha localidad tuvo lugar la mayor cantidad de avistaje de aves a nivel nacional, logró posicionarse primera en el país y destacarse a nivel internacional por haber avistado y catalogado 159 especies diferentes en peligro de extinción en solo 24 horas, el trabajo de campo se llevo a cabo el 9 de Octubre de 2020 estuvo a cargo del grupo "Guardianes de las Aves de Herradura" en el marco de la celebración del Día Mundial de las Aves<sup>4</sup> . La particularidad de la villa turística es que el alojamiento es 100% en cabañas.



Imágenes: HERRADURA – Fuente Ministerio de Turismo de Formosa

**La localidad de Laguna Blanca** a 180km de la ciudad de Formosa, allí se realiza en el mes de Julio La Fiesta del Pomelo, que convoca a miles de visitantes local, nacional e internacional, en dicha localidad se encuentra el Parque Nacional Río Pilcomayo, creado en 1951, tiene una extensión de 51.889 ha. de territorio que resguarda una gran diversidad de ambientes y especies: lagunas, esteros, pastizales con palmares, islas de bosques y selvas en galería, variadas flora y fauna , se destaca el aguará guazú, emblema del parque, también pumas, ocelotes, osos hormigueros, yacarés, coatíes, tapires, boas curiyú, monos carayá, carpinchos, zorros, lobitos de río, se registraron más de 320 especies de aves.<sup>5</sup>

El alojamiento en la localidad es variada, ya que, cuenta con 3 hoteles, cabañas, complejo de departamentos y residencia particulares.

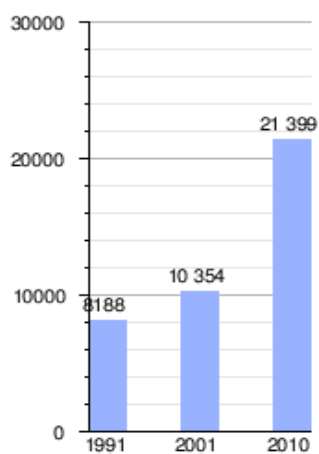




Parque Nacional Río Pilcomayo – Fuente Ministerio de Turismo de Formosa

**La localidad de Las Lomitas** “cabecera del bañado la estrella” ubicada a 300km de la capital formoseña, por R.N. 81 ,denominada "capital nacional del horno" por sus altas temperaturas, las cuales la catalogan como la ciudad más calurosa del país, con máximas que superan fácilmente los  $40^{\circ}\text{C}$ , es una localidad en continuo crecimiento, motivo por el cual es necesario un constante desarrollo para lograr satisfacer las necesidades de los habitantes y turistas.

**Gráfica de evolución demográfica de Las Lomitas entre 1991 y 2010**



Fuente de los Censos Nacionales del [INDEC](#)

El Bañado La Estrella ubicado a 40 km de Las Lomitas, por R.P 28 cuenta con distintos circuitos donde puede apreciar hermosos paisajes, interactuar con las diversas comunidades y conocer su cultura. Allí se realizara la excursión AVENTURA ESTRELLA “La vos de la naturaleza y expresión ancestral”.



IMAGEN: Excursión Aventura Estrella, en el Bañado La Estrella - Elaboración propia. (2018)

En cuanto a los establecimientos de alojamiento, El Bañado La Estrella cuenta con complejo de cabañas, bungalow ecológico y establecimiento rurales, a demás 5 establecimientos gastronómicos rurales que ofrecen platos típicos. Mientras que en Las Lomitas a 40 km del Bañado encontrara 7 hoteles de 2 a 4 estrellas, haciendo un total de 835 plazas, también casas residenciales y un complejo de departamentos categoría 2 a 4 estrellas con habilitación municipal, hay 42 establecimientos gastronómicos entre los que se incluyen Restaurantes, Parrillas, Pizzerías, Resto-bares y Confiterías, sumando un total de 4.500 cubiertos. También hay 4 agencias de viajes, la mayoría son emisivas, los guías de turismo del bañado son baqueano originarios y criollos y 3 profesionales matriculados, cuenta con una oficina de informe turístico que depende de la secretaria de turismo municipal.

## **Servicios de Excursión en las comunidades del BAÑADO LA ESTRELLA:**

### **FRANCISCO «CHILO» RUÍZ**

Guía baqueano en Fortín Soledad. Ofrece Paseos en kayaks, degustación de comidas típicas, Alojamiento en cabañas y cabalgatas por la comunidad local.

Cel: 3704 608983. [Facebook](#)

### **TURISMO LA ESTRELLA**

Ofrece Alojamiento en la comunidad local, Excursiones con guías baqueanos, Paseos náuticos, Comidas típicas.

Cel: 3715 480425 / 3704 274747. [Facebook](#)

### **HÉCTOR MARTÍNEZ**

Guía de Turismo, Ofrece servicio de Paseos en kayaks, piraguas, avistaje de aves. Traslados y transporte en la zona de El Vertedero , Fortín Soledad, Reserva Natural Formosa y Río Bermejo.

Cel: 3718 450625. [Facebook](#).

### **CARLOS BRITOS**

Ofrece Paseos náuticos con guías baqueanos en el Bañado La Estrella.

Cel: 3715 401268

### **COMUNIDAD ORIGINARIA «CAMPO DEL CIELO»**

Ofrece Artesanías en chaguar y carandillo, Tallado en madera aromática “palo santo”, a demás caminatas guiadas por sendero del bañado.

Cel: 3704 389662 (Doroteo Domínguez guía baqueano). [Facebook](#).

Según datos del Ministerio de Turismo de Formosa, (2015) los turistas nacionales que arriban al Bañado La Estrella, son de variados lugares, predominando de Chaco, Corrientes, San Luis, Buenos Aires, Catamarca, Tucumán, Santa Fe, turistas que hacen el Corredor Ecoturístico del Litoral, en cuanto a los turistas internacionales que arriban al Bañado son de países como Francia, Italia, Japón, Ecuador, china, por motivo de investigación y también por ocio.

Formosa tiene diversidades de naturaleza, esto la lleva a formar parte de la galería de ofertas turísticas en el país, considerando que el turismo que viene es con distanciamiento y al aire libre “naturaleza” será una gran oportunidad para el posicionamiento como destino turístico al Bañado la Estrella de Formosa y desde luego el servicio de Excursión AVENTURA ESTRELLA en el renacimiento turístico.

---

2- Bañado La Estrella reserva natural provincial por ley 1471 año 2005. [www.formosa.gob.ar](http://www.formosa.gob.ar)

3- (mayo de 2019) el bañado7 Maravillas Naturales de Argentina <http://www.formosahermosa.gob.ar/>

4 - herradura fue la localidad con mas avistajes de aves en 24 horas <https://formosacapital.com.ar/>

<https://www.xn--lamaanaonline-lkb.com.ar/.../herradura.../>

5 - #FormosaHermosa #ParquePilcomayo #ParquesNacionales

### 3) DIAGNOSTICO F.O.D.A. del Proyecto AVENTURA ESTRELLA

#### **Análisis interno: fortalezas y debilidades**

##### **i. Fortalezas:**

- La relación calidad-precio diferenciadora, competitiva.
- Personal calificado, informado, actualizado, capacitado.
- Atención personalizada a cliente, atender sus necesidades y satisfacer.
- Brindar dos productos (natural- cultural) bajo un costo unificado.
- Optima infraestructura para expandir el servicio de acuerdo a la demanda.
- Mercado amplio, franja etaria aproximado entre 10 a 60 años.

##### **ii. Debilidades:**

- Tercerizar el servicio de embarcación y accesorios, esto encarece los costos.
- El Atractivo donde se realiza la actividad está alejado de la capital provincial.

#### **Análisis externo: Amenazas y oportunidades**

##### **iii Amenazas:**

- Inestabilidad económica debido a la inflación reinante en el país puede retraer el turismo interno.
- La política restrictiva del gobierno provincial ante rebrote del coronavirus.
- Devaluación de la moneda nacional perjudica la fijación de tarifas.
- Destino poco conocido comparado a otros destinos turísticos consolidados del país.
- La Estacionalidad es marcada, la excursión se realiza solo de febrero a septiembre.
- Condiciones climáticas "lluvias prolongadas" dificultan la realización de la excursión, porque es 100% al aire libre.
- Crecimiento de la competencia, con oferta similar a excursión Aventura Estrella en la zona del bañado.

##### **iv. Oportunidades:**

- La promoción y publicidad del Ministerio de Turismo Provincial al desarrollo de ecoturismo.
- Creciente demanda por destino naturaleza en contexto post pandemia covid 19
- Uso generalizado de las redes sociales y nuevas tecnologías, para contratación de la excursión.
- El desarrollo de productos turísticos vinculados al Turismo de pesca, en la localidad de Herradura, zona del bañado, podrían resultar sinérgicos al proyecto de excursión.



- Existen algunas comunidades originarias que aún mantienen los rasgos culturales y están abiertas al turismo.

## F.O.D.A. del Destino: “Bañado La Estrella”

### Análisis interno: fortalezas y debilidades

#### i. Fortalezas:

- La ubicación estratégica del Bañado La Estrella, cercanía de la República de Paraguay y la Provincia de Salta, puede generar potenciales consumidores del servicio Aventura Estrella.
- Destino rico en recursos naturales, culturales e históricos.
- Se presenta como un destino seguro para el turista, “no es zona de desastres naturales , ni delincuencia”
- Optimas Señalizaciones de acceso al bañado la estrella y dentro de la reserva
- Festivales reconocidos a nivel regional y provincial que se realiza allí, genera la llegada de turistas.
- Bajo impacto ambiental de la actividad (hasta el momento).
- Es una de las siete maravillas naturales de la argentina.
- Es el segundo humedal más grande del país.
- Amabilidad y hospitalidad de los residentes.
- La Pesca Deportiva producto consolidado en la provincia, permitirían la captación de turistas interesados en el Turismo naturaleza.

#### ii. Debilidades:

- Ausencia de estadísticas de base para poder cuantificar los ingresos a la localidad.
- Escaso desarrollo del Turismo Naturaleza a nivel provincial.
- Falta de concientización, educación, capacitación turística y ambiental.
- Ausencia de oficina de información turística permanente en el destino, “bañado la estrella”.
- Destino poco conocido para la práctica de este tipo de turismo en comparación a otros destinos turísticos del país.
- Pocas agencias de turismo receptivo, son mas emisivos
- Ausencia de estudios de impacto ambiental y capacidad de carga.
- Falta de legislación, control y fiscalización de emprendimientos turístico.

- Ausencia de monitoreo y personal dentro de la reserva.
- Marcada estacionalidad turística, se extiende solo de febrero a septiembre.
- Escasa aceptación de la población local del turismo como hecho positivo

## **Análisis externo: Amenazas y oportunidades**

### **iii Amenazas:**

- Inexistencia de políticas provinciales y líneas crediticias para promover el desarrollo sustentable.
- El destino se encuentra a 300 km del aeropuerto más cercano
- Contexto político, social y económico desfavorable por COVID19.
- Impactos ambientales y territoriales derivados del desarrollo residencial en la zona del bañado.
- Escasa existencia de políticas turísticas con respecto a dicha actividad.
- Sectores conservadora de la comunidad originaria generan rechazo hacia el turismo
- Cambios climáticos: mayores temperaturas y falta o exceso de lluvias que alteran la naturaleza del destino.

### **iv. Oportunidades:**

- Tendencia del mercado al turismo activo, rural, ecológico, cultural.
- Difusión y presencia en los medios de comunicación nacional del destino turístico.
- Nuevas Tecnologías, la posibilidad de dar visibilidad al destino en el mercado a través de la red
- Políticas de reactivación del turismo, en consecuencia al covid19, por ejemplo el programa Pre viaje incentivando a reservas anticipadas, y una apertura regional de la actividad.
- Situación cambiaria actual del país favorable al turismo interno, ciertos sectores de la sociedad, optara por viajar dentro del país.

#### **4) OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PROYECTO:**

El desafío estratégico que se propone excursión Aventura Estrella puede sintetizarse en un objetivo general de desarrollo de una oferta para el turismo naturaleza y cultural y su posicionamiento a nivel local, regional, nacional y llegar al mercado internacional, elevar el nivel de competitividad turística a partir de asegurar la satisfacción de los visitantes y residentes del destino.

Paralelamente se busca involucrar a la comunidad local en la actividad turística a través de sus conocimientos sobre la naturaleza, historia, cultura, (originarios y criollos) contribuir a su economía y al desarrollo sustentable del destino.

##### **A- OBJETIVOS A CORTO PLAZO:**

- Lograr 230 contrataciones de la excursión en los próximos 8 meses
- Mantener una ocupación del 70% de la capacidad disponible de la excursión, de modo que permita cubrir los costos fijos y variables.
- Tener dos mil seguidores en un periodo de tiempo de 6 meses en las redes sociales más populares como por ejemplo Instragram; Facebook; YouTube.

##### **B- OBJETIVOS A MEDIANO - LARGO PLAZO (de 1 a 5 años)**

- La expectativa de crecimiento en el segundo año aumentar como mínimo un 60% el número de reservas y ventas del servicio.
- Organizar a partir del segundo año un calendario de excursiones de circuito corto y largo.
- Se considera la implementación de un sistema de certificación de la calidad y/o gestión ambiental mediante el cumplimiento de las normas ISO 9.000 y la ISO 14.001.

## 5) ESTRATEGIA DE MARKETING

### A- Perfil de Mercado

#### A.1 Identificar el perfil del mercado meta del proyecto

Orientado a turistas: que buscan estar en contacto con la naturaleza, la cultura, tradiciones indígena y criolla.

Esta nueva era del turismo post Covid potenciara aun más el destino naturaleza, la búsqueda de autenticidad en las experiencias y el distanciamiento.

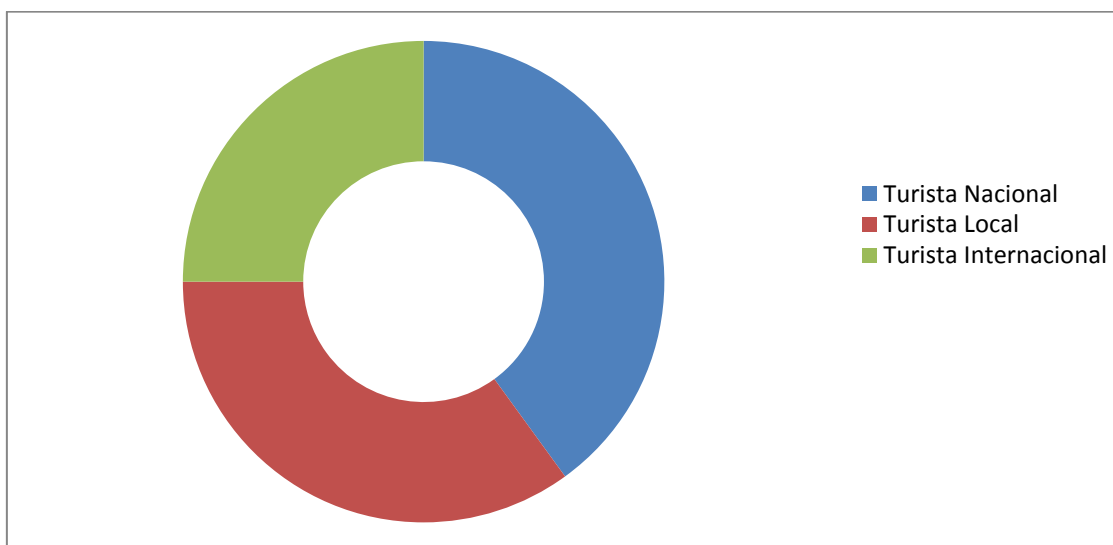
EXCURSION AVENTURA ESTRELLA se adecua a esta tendencia.

Tomando como universo a los turistas que se alojan en la ciudad de Formosa, según registro oficial del ministerio de turismo de la provincia, se propone para identificar el perfil del mercado meta de “AVENTURA ESTRELLA” utilizar el criterio de (segmentación Kotler).<sup>6</sup>

#### A.2 - Segmentación Geográfica:

Por lo que corresponde a la procedencia de turistas: nacional (40%) en su mayoría son de Buenos Aires, Corrientes, Chaco, Salta, Catamarca, Tucumán, Santa Fe, San Luis, turistas que hacen el Corredor Eco turístico del Litoral. Como así también local (35%)

Con respecto a los turistas Internacionales se reciben (25%) de visitantes, en su mayoría de Paraguay y Bolivia y también en menor medidas de Brasil, Ecuador, Francia, Suiza, China e Italia. “algunos por motivos de investigación”.



Fuente: Ministerio de Turismo de Formosa- Año 2016

### A.3- Segmentación Demográfica:

Según la estadística del ministerio de turismo provincial en el lugar “bañado la estrella” ingresan:

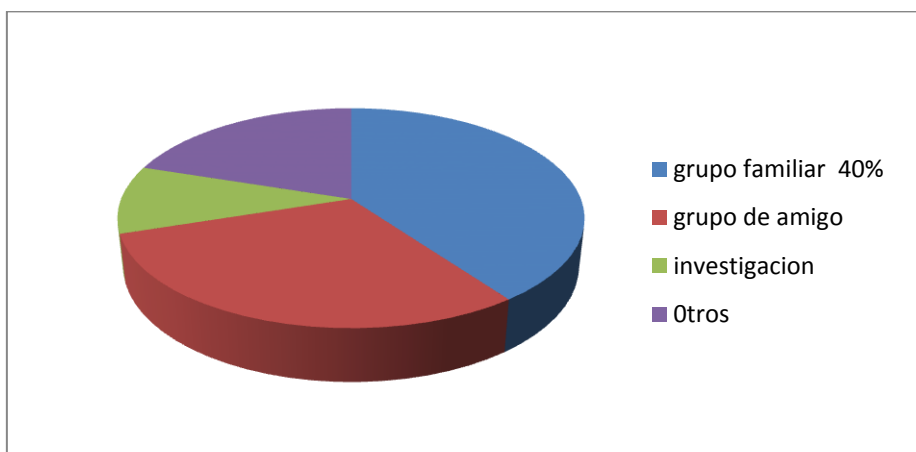
Grupo familiar (40%)

Grupo de amigos (35%)

Grupo de investigación (10%)

Otros (15%).

El servicio se orienta a residentes y a turistas “regional, nacional e internacional”, a una determinada franja etaria comprendida entre 10 y 60 años, sexo masculino- femenino - no binario , con diverso nivel económico, por ejemplo tomando la metodología AAM la Asociación Argentina de Marketing.<sup>7</sup> que define AB “alta”, C1 “Media Alta”, C2 “Media Típica”, C3 “Media Baja”, a demás de diversa religión, raza , educación , destinada a personas sin experiencia, solo requiere un mínimo estado físico, “buena predisposición para una aventura extraordinaria”, saber nadar no es un requisito excluyente debido al uso de salvavidas y por la poca profundidad del bañado (1,50metros aproximadamente).



Fuente: Ministerio de Turismo de Formosa – año 2016

### A.4- Segmentación Comportamental:

Actualmente la principal tendencia en turismo es el interés del visitante por los recursos naturales , las motivaciones que los llevan a realizar o consumir ese tipo de turismo al aire libre, como una forma de desconectar del stress y la tensión, propios del trabajo y la rutina, son actividades por agua y tierra , a veces, en temperaturas elevada 35° con comodidades básica, rudimentaria , en los últimos años hubo un cambio en la mente del visitante local con el cuidado del medio ambiente, ósea, satisfacer sus necesidades haciendo uso sustentable del mismo.

<b>VARIABLES</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
<b>GEOGRAFICA</b> Región- Procedencia	Nacional Local Internacional
<b>DEMOGRAFICA</b> Edad Sexo Nivel Económico Religión Raza Educación	10 a 60 años Masculino, femenino, no binario Diversos: AB “alta”, C1 “Media Alta”, C2 “Media Típica”, C3 “Media Baja”. Todas Todas Todos los niveles
<b>COMPORTAMENTAL</b> Motivación- Interés	Naturaleza Cultura Aventura Observación de flora y fauna Investigación

-----  
<sup>6</sup> - Philip Kotler (1999). El Marketing según Kotler. Pag.45.

<sup>7</sup> - Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica IV:  
“ Análisis del Cliente”

## A.5 Posicionamiento del proyecto- Idea vendedora:

El posicionamiento de un producto es la manera en que los consumidores definen un producto a partir de su atributo diferenciador, o beneficios, ósea, es el lugar que ocupa el producto – servicio en la mente de los clientes en relación con los productos de la competencia.<sup>8</sup>

Para este proceso se debe realizar una marca, que dará lugar al posicionamiento que se quiere dar al servicio (posicionamiento es la imagen de marca que los consumidores o potenciales consumidores van a tener sobre el producto- servicio, para lo cual, hay que potenciar la comunicación.)<sup>9</sup> .

(Philip Kotler) define el posicionamiento como la manera de **hacer saber a tu público objetivo cómo te diferencias de tus competidores**. Todo ello debido al valor que poseen dichas diferencias. Una vez que la compañía decidió a qué segmentos del mercado buscará entrar, debe decidir cómo diferenciar sus ofertas de mercado para cada segmento meta y las posiciones que desea ocupar en dichos segmentos. El posicionamiento de un artículo es el lugar que éste ocupa en la mente de los consumidores, siempre en relación con los competidores, un posicionamiento eficaz inicia con una diferenciación, es decir, diferenciar realmente la oferta de mercado de la compañía para que entregue mayor valor a los consumidores.<sup>10</sup> .

Excursión Aventura Estrella brindara al turista la oportunidad de encontrarse con la naturaleza autóctona, sentir el contacto con ella mediante todos los sentidos, es un emprendimiento que brindara experiencia turística basada en aventura acuática y terrestre de calidad, es decir, combinar atractivos naturales y culturales “ atributo diferenciador” y personal idóneo que guiara el recorrido.

Ésta es la principal característica del producto en virtud de la cual, buscará una posición por atributo fundándose en dos aspectos que lo caracterizarán para diferenciarse de la competencia, además de permanecer en la mente de los clientes:

1-El Servicio de excursión: integrado, es una propuesta diferenciadora, original, creada a partir de la fusión de naturaleza y cultura ancestral de los pueblos originarios del lugar y la gastronomía criolla, esto provocará en los visitantes sensaciones y emociones, que quedarán grabadas en sus retinas.

2-Personal: a demás de ser guía de turismo bilingüe, deberá practicar la amabilidad, ser jovial, alegre paciente, amplia habilidad comunicativa; y capacidad de transmitir sensaciones y emociones durante el paseo.

Estos aspectos darán como resultado la imagen de prestigio que pretende alcanzar como sello distintivo, tomando sus atributos como eje central para su posicionamiento.

---

<sup>8</sup> - Kotler y Armstrong (1994) Mercadotecnia VI edición. Pag 286 - (1996). Pag. 303

<sup>9</sup> -Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica VI: “La Estrategia Comercial”

<sup>10</sup> - Philip Kotler (2010) Posicionamiento <https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing>



## B – Marca Turística

Una marca es un prototipo, símbolo o diseño, creado por una entidad u organización, la misma que posee la capacidad de persuadir e inducir al cliente o consumidor, sobre los usos o beneficios de sus servicios o bienes, constituyen el activo más importante de una empresa, por lo tanto, la importancia de las marcas turísticas radica en el desarrollo de los negocios, o del recurso potencial turístico del destino, constituyéndose como un aspecto privilegiado del entorno. (Nunez, 2016)<sup>11</sup>

Para Blain et al. (2005:337), Es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro grafico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirve para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino, y que reduce costes y riesgos para el consumidor.<sup>12</sup>

Según Kotler y Armstrong (2012), “una marca es un nombre, término, letrero, símbolo o diseño, o la combinación de estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto, y la asignación de marca podría agregarle valor. Los clientes asignan significados a las marcas y desarrollan relaciones con ellas. Las marcas tienen significados que van más allá de los atributos físicos de un producto.”<sup>13</sup>

Según (Kapferer, 1994 ) definen a la marca turística como la representación e identificativo turístico que posee un entorno o región con varios componentes artísticos naturales/culturales incluyentes y cuya principal característica está en proveer de servicios de excelente calidad a los demandantes del sector.<sup>14</sup>

La Marca, “Aventura Estrella” como producto turístico, y el Bañado la Estrella como destino, conjugarían un rol de valor recíproco, por cuanto el Bañado es una Marca relativamente establecida en Turismo Naturaleza, y el nuevo producto está estratégicamente posicionado para ese mercado específico. Optimizando costos, precio y calidad a fin de superar las expectativas de nuestro mercado meta. ( así el proyecto se ensambla en el estrategia del destino).

---

11- Nunez, G. (2016). Creación y diseño de una marca turística

12- Blain et al. (2005:337)

13- Kotler y Armstrong (2012) p.231 marca turística

14 . Kapferer, (1994 ) marca turística

## B.1 Marca del DESTINO

“Bañado La ESTRELLA su eslogan es “El imperio del verde”

La elección de mucho verde es en concordancia con el sistema de diseño utilizado actualmente por el ministerio de turismo provincial.



El grupo tipográfico también se corresponde con las utilizadas en la folletería de oficina.

## B.2 - Marca del Producto AVENTURA ESTRELLA

El isologotipo del proyecto es la imagen animada de la excursión, debajo de la misma aparece la palabra “AVENTURA ESTRELLA”, como parte integral del logotipo, para dar identidad al emprendimiento en un entorno competitivo.

El color escogido es un azul pálido, representando a uno de los cuatro Elementos: EL AGUA, la intención es propiciar e inducir a vincularlo con el mismo, ya que la actividad que se brinda está directamente relacionada con este recurso natural.

Por otra parte las diferentes tonalidades de verde que se selecciono hace alusión al característico paisaje del lugar “Fsa es el imperio del verde”.

A demás la tipografía de letra utilizada para el nombre de Aventura Estrella es de color verde con terminaciones marcadas de color negro para resaltar el nombre del producto. Acompañando al nombre, se encuentra la propuesta en sí (Excursión) como lema.

Posteriormente, en carácter de Sublema, se puede ver el eslogan “La Voz de la Naturaleza”, fortaleciendo al posicionamiento de la marca para transmitir lo que ofrece el proyecto y el cuál será visualizado en el contenido de la comunicación.



### **C- Estrategia de relación con clientes**

Utilizar la estrategia empresarial Marketing de Relaciones, para crear , mantener relaciones y fidelizar clientes para asegurar la continuidad en la demanda del producto.

Se mantendrá un continuo y cercano diálogo con los canales de comercialización (clientes intermediarios) en este caso las agencias de viaje receptoras juegan un rol importante, mediante las políticas de comunicación se buscará la introducción del producto “Aventura Estrella” como uno de los subproductos a ofrecer en los servicios de recorrido por el bañado la estrella que realizan a diario las agencias.

También se contactará a directivos del Club de Observadores de Aves Argentina para propiciar la visita de sus socios de diversas provincias del país. De la misma manera, establecer contacto con la oficina del Ministerio de Turismo de la Provincia para ingresar al calendario de oferta de actividades durante los diferentes eventos que se realizan en la provincia.

Se fortalecerá también el relacionamiento con los clientes desde las redes sociales de “Aventura Estrella” en Facebook, Instagram, YouTube, la generación de contenidos basados en el Marketing Emocional.<sup>15</sup> Llegar al consumidor, clientes y futuros clientes de forma afectiva y no agresiva, para que sientan la marca como algo propio y necesiten ser parte de ella, se busca así, suscitar un sentimiento favorable hacia el producto, el incentivo a través de anuncios emotivos. Estos anuncios emotivos para fortalecer la relación entre ambas partes, reflejará los buenos momentos en vacaciones entre amigos y/o familia disfrutando todo lo que ofrece la excursión Aventura Estrella.

A demás toda estrategia apunta a generar acciones que provoquen en los clientes experiencias memorables y diferentes, cumplir con las expectativas de ellos es mucho más que eso. Por ejemplo, mantenerlos informados sobre promociones, datos de su interés, descuento y promociones, tener un registro de fechas de cumpleaños y saludarlos etc.

En definitiva, se busca prestar servicios con altos estándares de calidad y trato preferencial a quienes eligen el servicio y que dicho turista sea embajador del mismo.

---

<sup>15</sup> - Inés Küster, Natalia Vila, Pedro Canales. Universidad de Valencia. El Marketing relacional y el marketing emocional.

## 7) DESCRIPCION DETALLADA DEL PRODUCTO

### 1- Característica del Producto Innovador

La definición según Miguel Ángel Acerenza (1990) sobre el producto turístico: Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.<sup>16</sup>

Según la OMT (1994), define como conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.<sup>17</sup>

El desarrollo del producto innovador estará a cargo de actores del sector privado, se trata de un **Servicio de Excursión**, denominado, "**Aventura Estrella**" "la voz de la naturaleza y expresión ancestral", financiado por capital privado, Este producto se define como un paseo turístico natural, cultural y recreativo dentro del Bañado La Estrella, se basa en vivenciar una realidad distinta, centrándose en generar sensaciones y emociones positivas en quienes lo efectúan. Además de ser un lugar donde el turista vaya a disfrutar la naturaleza, también se encontrará con una interesante demostración de las creencias ancestrales de pueblos originarios y mitos populares criollos, que lo acercará aún más a la cultura local.

Hallará también servicios complementarios de información, cualquier otro asesoramiento turístico que el cliente necesite, con la asistencia de informantes que le brindarán un mapa y folletería de forma gratuita y digital, contribuyendo así con la sustentabilidad del destino.

#### Descripción de la oferta:

Son dos (2) circuitos turísticos complementarios:

- Uno se llevara a cabo en las aguas del bañado la Estrella, un recorrido en canoas a remos, con duración de 4hs aproximadamente, es una salida grupal ( 10 personas) con el servicio de guía profesional , que comprende una remada por diversos puntos estratégicos del bañado.
- El segundo circuito será por tierra, trekking de 500 metros ida y vuelta, con una duración aproximada de 1h y 30 minutos con escala técnica en terraza natural y el arribo al galpón ecológico de artesanías.

---

<sup>16</sup> - Miguel Ángel Acerenza (1990) Producto Turístico.

<sup>17</sup> - OMT (1994) – Producto Turístico.



IMÁGENES: elaboración propia. (2018) - Galería de Irupé

**Excursión Aventura Estrella proveerá:** canoas y equipos correspondientes con ser: “salvavidas, chalecos reflectivos , protectores de sol e insectos, binoculares” para realizar la travesía por agua , a demás Snack incluido durante el recorrido (aguas, jugos , barra de cereales, frutas)

**Equipo sugerido:**

El turista debe llevar mochilas livianas, zapatillas y ropas cómodas preferentemente de colores claros, anteojos de sol, sombreros o gorras, cámaras fotográficas, protectores de sol e insectos.

**Procedimiento del servicio/ producto:**

La excursión estará disponible de Febrero a Septiembre , debido a las altas temperaturas y a la bajante de las aguas del bañado, se llevara a cabo de lunes a domingo “una salida por día” con previa reserva, comenzara a las 9:00 hs. hasta las 15:00 hs. (sujeto a condiciones climáticas adversas del día), el horario es modificable según preferencia del cliente, en caso que deseen presenciar el amanecer en el lugar, se deberá iniciar a las 6:00hs, “Interactuar con grupo que comparten los mismos intereses”.

**La Excursión AVENTURA ESTRELLA consiste:**

-En primer lugar se recepciona al visitante en la casilla de informe turístico del bañado luego se dirigirá hacia el vertedero un recorrido de 100metros hasta el pontón de embarque y desembarque de piraguas y canoas a remos.

-Allí se encuentra una carpa municipal “ que es el depósito de los equipos de la excursión”, el visitante recibirá los equipamientos adecuados , (mencionado anteriormente) y todas las recomendaciones y sugerencias previa a la salida.



-Luego se procede a la embarcación con guía y/o baqueano y así comienza la primera parte de la excursión por agua, un recorrido con un aproximado de duración de 3 hs adentrando al bañado.

-Después se desembarca por 30 minutos en una pequeña isleta llamada Jabirú para avistar las aves de colores claras “ cigüeñas , chajá, garzas blanca, rosa, mora, patos pico espátulas y tantas otras aves , en el bañado se encuentran más de 300 especies de aves que solo ellas se encargan de romper el silencio del lugar , todo el recorrido se realiza en medio de los champales que dibujan laberintos imaginarios en medio de este vergel acuático, de ellos se desprende una multicolor multitud de mariposas , “ mágico momento” galerías de irupé y el espectáculo de las aves acuáticas como recibiendo a los visitantes , el agua verdosa en el que bailotean algas y se esconden cardúmenes de peces de toda clase y tamaño , la ruidosa irrupción de carpinchos, nutrias y lobitos de río, el yacaré overo y ñato, de repente se observara el movimiento ondulante de la boa curiyú, la serpiente más grande de la Argentina el intimidante ofidio con su cuerpo amarillo se desprende del suelo fangoso y luego permanece inmóvil, anudado en un tronco seco, es el punto de atracción para los turistas , aficionados al safari fotográfico y ornitólogos.

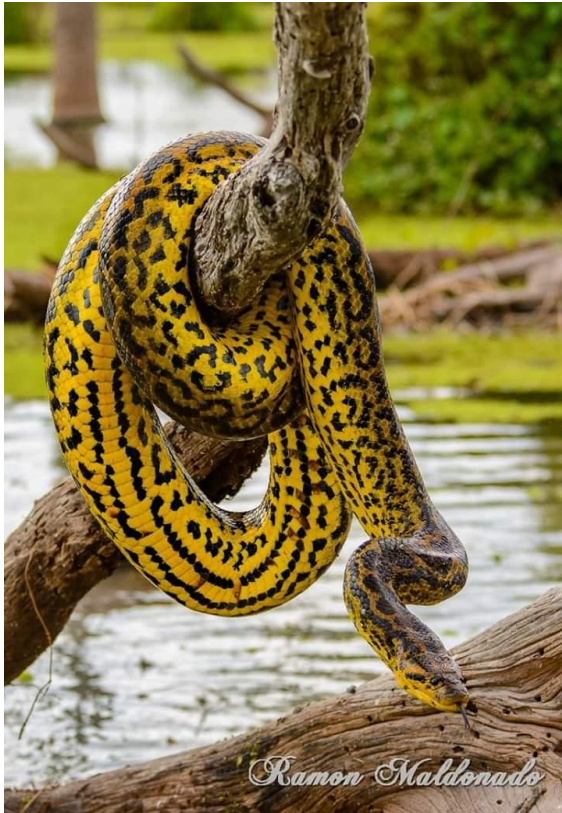
-Momento del regreso, con una segunda escala de 30 minutos en la isleta del mbigua y allí avistar las aves de colores oscuras “carau, patos siriri, picazo, aves de rapiña y otros” de repente marcara presencia el oso hormiguero, que se encuentra en peligro de extinción y es muy característico del lugar y así llega la despedida del primer circuito, para desembarcar en el vertedero, en el mismo lugar de partida a las 12 horas aproximadamente.



**Vertedero:** embarque y desembarque de piraguas



Mágica noche bajo las estrellas



**Boa Curiyú**



**Guía baqueano**



**Jabirú:** ave emblema del Bañado La Estrella, su nombre es de origen guaraní significa “cuello hinchado”, es la cigüeña más grande del continente americano, llega a medir 1,40 m de altura. Se puede avistar pichones en agosto y septiembre

**IMÁGENES:** gentileza de Ramón Maldonado fotógrafo de naturaleza.

Observación: durante el recorrido y/ o paradas se les proveerá de aguas, jugos, frutas, cereales, que es trasladado por la embarcación de apoyo, al igual que un botiquín completo, para el caso que así la situación la requiera



Una vez en tierra y antes de comenzar el segundo circuito de 1 hora y 30 minutos, se dará al visitante 1 hora y 30 minutos libre, allí podrán visitar los lugares de comidas autóctonas que proponen los criollos en los alrededores del bañado en un radio de 100- 150 metros, (gasto de consumición a cargo del turista), luego para retomar el recorrido, el lugar de encuentro será la casilla móvil de informe turístico municipal “en la entrada del bañado” a escaso 100metros del vertedero y dar inicio a el segundo circuito por tierra “trekking”



**Desayuno:** torta parrilla de harina de algarroba con cocido quemado y leche de cabra  
IMAGEN: Ministerio de Turismo de Formosa (2019)

-El **Producto complementario** que se combina con el producto principal, se trata de un paseo relativamente corto de 1 hora y 30 minutos.

-Grado de dificultad: bajo Ideal para familias con niños y personas de la tercera edad.

- El recorrido es por senderos interpretativos con óptimas señalizaciones, donde se aprecia ejemplares de flora nativa con sus respectivos carteles de identificación: nomenclatura científica, género, familia y nombre “común”.

- Luego se realizara una parada fotográfica, “en la terraza natural” , haciendo un promedio de tiempo de 10 minutos aproximadamente.

- Seguidamente llegar al centro cultural ecológico que está rodeado de un bello camping , tienen un tiempo de 1h aproximadamente para recorrer , comprar , tomar fotografía y ver algunas representaciones de ceremonias ancestrales que no supera 15 minutos su despliegue escenográfica .

**Aquí las protagonistas son Las Artesanías :** Que ofrecen las comunidades que se encuentran en los alrededores del Atractivo, son pueblos, parajes originarios como “Campo del Cielo, La Bomba” y Criollas como “Soledad, Posta Zalazar” , se accede por R P. 28 , ellos acercan sus productos artesanales en la oficina de informe turístico del bañado dependiente de la municipalidad de las lomas ( localidad cabecera del atractivo) , el organismo ha acondicionado un salón cultural ecológico muy confortable tanto para el feriante artesano como para el turista.

- Allí se puede apreciar la elaboración de tejidos con el chaguar que lo extraen de la naturaleza misma y realizan cesterías, caminos de mesa, alfombras y utensilio u adornos varios de la madera aromática palo santo.



Cesterías de palma



Adornos de palo santo

IMÁGENES: elaboración propia (2019)

-Los criollos por su parte , ofrecen en el sector PYMES dentro del camping , la producción del charques, apicultura y caña de azúcar, degustación de la gastronomía tradicional con estos productos por Ejemplo pan o torta a la parrilla de harina de algarroba, con un delicioso cocido quemado , a demás los derivados de la miel como son la cerveza, el vino , licores ,dulces , producto de belleza, de la caña de azúcar, extraen “el mosto y jalea” totalmente artesanales.

-En el recorrido del camping podrán ver Esculturas mitológicas guaraníes en madera y carteles descriptivos con sus leyendas y orígenes. (VER ANEXO).

-A demás los visitantes cuentan con bancos, cestos de basura fabricados a partir de reciclaje y sanitarios ecológicos.

Durante este recorrido serán asistidos por los guías – coordinadores de culturas criollas y originarias del salón cultural dependiente de la municipalidad de las lomas.

Finalizada la visita guiada, emprenderán el regreso por el mismo sendero hasta el vertedero, allí se tomara una foto grupal final, seguidamente serán acompañados hasta la oficina de informe turístico municipal del bañado, a escaso 100 metros del lugar, donde se halla la playa de estacionamiento.

El guía- coordinador contratado para el servicio de la excursión Aventura Estrella los despide y agradece la elección y está a disposición siempre para ellos, a demás comunicarle que luego se les enviará una encuesta on line a cada cliente para mostrar su nivel de satisfacción en cuanto al servicio recibido y en la página tendrá una opción para puntuar el servicio brindado, a demás en el sitio web se subirán fotos del recorrido del grupo y con una breve descripción agradeciendo al grupo por confiar en EXCURSION AVENTURA ESTRELLA.

Observación: los visitantes contarán durante la excursión con seguro, asistencia médica y personal capacitado, las contrataciones pueden ser de manera individual o en grupo.

**A continuación, se presenta el cronograma de salidas semanales de Aventura Estrella :**

<b>CIRCUITO ACUATICO</b>	<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>
<b>INICIO</b>	9:00	9:00	9:00	9:00	9:00	9:00	9:00
<b>FINALIZACION</b>	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00	12:00
<b>RECESO</b>	<b>1h 30</b>	<b>para</b>	<b>almorzar</b>	<b>luego</b>	<b>retomar</b>	<b>para</b>	<b>trekking</b>
<b>CIRCUITO TERRESTRE</b>							
<b>INICIO</b>	13:30	13:30	13:30	13:30	13:30	13:00	13:00
<b>FINALIZACION</b>	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00	15:00

Elaboración propia. (2021)

## 8) POLITICA DE COMUNICACIÓN

La comunicación en Marketing es un proceso por el cual una empresa utiliza algunas herramientas, a través de ciertos medios, según sus objetivos mercadológicos, para entablar una relación con los clientes.

Kotler (2012) afirma que: El mix de comunicación de marketing se compone de un conjunto de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y marketing directo que la empresa utiliza para comunicar de forma persuasiva el valor para el cliente y crear relaciones con él. (p.475).<sup>18</sup>

### ❖ -Política de Comunicación de Excursión Aventura Estrella:

A continuación, se describen los medios y herramientas a utilizar:  
La selección de medios se realizará en función del mercado meta, que en este caso se entiende es el público que consume Turismo Naturaleza y Cultura.

Excursión AVENTURA ESTRELLA adoptará las siguientes estrategias de comunicación para llegar a los potenciales clientes:

#### 8.1-Principales Medios de Difusión

Para este tipo de producto es beneficioso la televisión “la imagen vale más que mil palabras”, por lo tanto, el proyecto buscará la participación por medio de reportajes en programas de televisión (**no pago**) auspiciados por el Ministerio de Turismo, que buscan fomentan destinos naturales y culturales para fortalecer el Turismo post covid , por ejemplo en la provincia de Formosa se cuenta con programas tales como : “Activa tu Sentido” canal 11, “Formosa te Invita” canal 3, estos espacios de la TV Pública no tienen costos son subsidiados por el estado. De la misma manera también se buscara la participación en los programa periodístico nacional e internacional que llegan a la provincia en busca de reflejar el turismo aventura son aquellos medios televisivos, digitales o impresos.

Espacios Radiales “ AM 990, Radio Nacional Formosa y FM que forman parte de la Red de Medios de Comunicación Provincial , por lo tanto no tienen costos para el emprendedor , que están abiertas para la difusión de proyectos. Estos tradicionales medios de comunicación llegan a un determinado tipos de potenciales clientes.

#### 8.2 Marketing en medios sociales

Se vive en un mundo globalizado, donde la comunicación mundial se vio favorecida por la tecnología, disminuyendo las distancias trasladando a las personas a cualquier

destino sin siquiera moverse de su casa; las nuevas tendencias manifiestan todos sus viajes/experiencias en las redes, a través de fotos y videos, llegando incluso a seres que quizás nunca conocerán personalmente.

El proyecto visibilizará la propuesta en distintas redes sociales, se subirán diariamente imágenes o videos de las prácticas con el detalle descriptivo de las mismas, se dispondrá los datos de contacto de la Excursión Aventura Estrella (dirección, teléfono, WhatsApp, e-mail), para llegar al segmento tanto nacional como internacional, de todas las edades y motivaciones, la cuales se ven reflejada notoriamente según la red social en la que se opere:

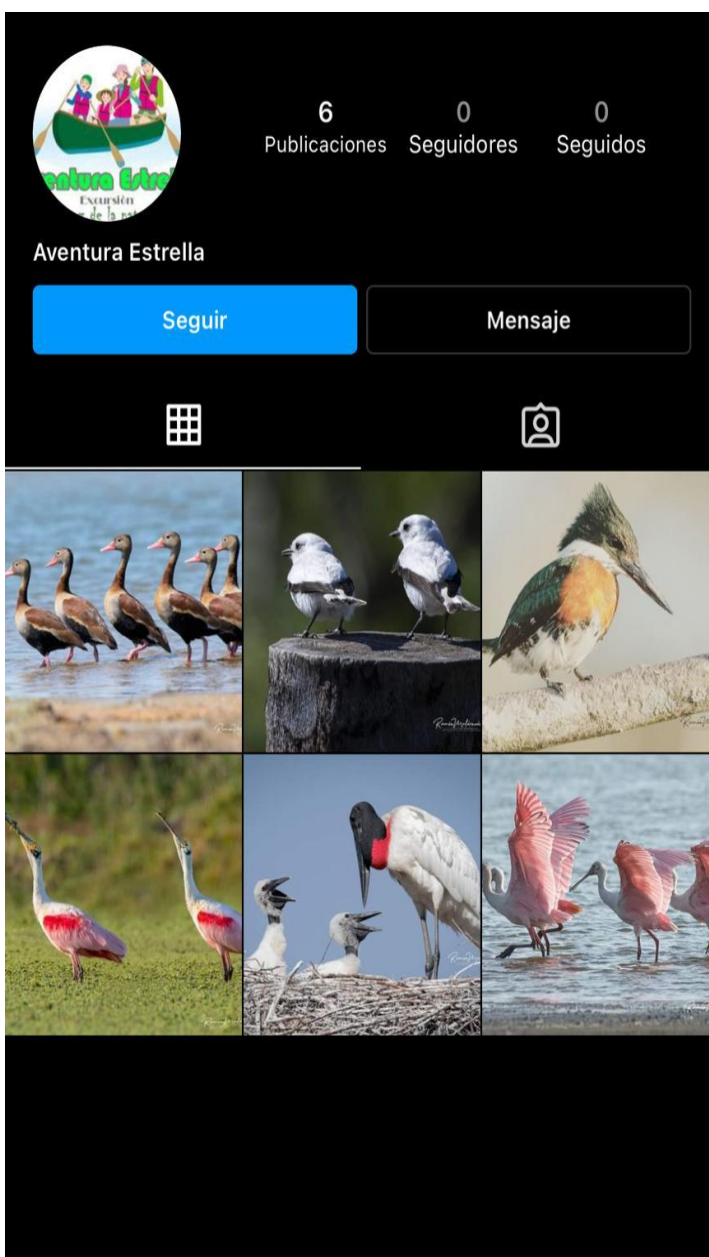
- **FanPage de Facebook** (Excursion Aventura Estrella) compartiendo ubicación de la excursión, descripción de la propuesta, protocolos sanitarios que se llevan a cabo, fotos, videos, testimonios de visitantes, sensibilización ambiental exhibiendo las prácticas de turismo sostenible que se realizan allí, canales de comercialización y contactos para consultas o reservas.



Fuente: Elaboración Propia

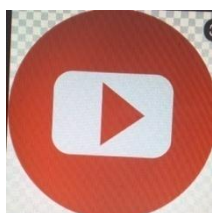


- **Instagram** (@aventuraestrellafsa) Se compartirá material audio-visual y fotográfico con fin de lograr capturar a potenciales clientes alimentando la motivación, interacción, mostrando a nuestros visitantes, servicios que se ofrecen, prácticas de protocolo sanitario, información sobre el circuito, teléfonos y mails de contacto para consultas.



Fuente: Elaboración Propia

- YouTube (Excursion Aventura Estrella Formosa) En este canal se compartirán videos largos superiores a 1 minuto , en los últimos tiempos se vieron incrementada las visitas a YouTube de personas de todo el mundo y de todas las edades, para poder realizar Turismo virtual y ver de qué se trata la propuesta, por lo cual, se transmitirá la experiencia que se vive en el bañado la estrella , protocolo sanitario, actividades , comidas, experiencias y testimonios de los visitantes que permiten ser filmados para contar en primera persona como vivieron la experiencia Aventura Estrella una vez finalizada.



- TripAdvisor (Excursion Aventura Estrella Formosa) La red social más elegida por viajeros de todo el mundo, contará con unas breves líneas junto a material fotográfico en donde quedará explicito la oferta de la propuesta y los contactos para reserva y compra. También dando posibilidad a la interacción, calificación y quejas de los visitantes que accedan a esta red social.



### 8.3 Sitio web

La dirección de la página web [www.excursionaventuraestrella.com](http://www.excursionaventuraestrella.com) será el instrumento de marketing digital destinada a ser un canal de información y promoción de la excursión, atrayendo usuarios mediante la generación de este tipo de contenido que les aporte valor y así convertirlos en clientes, estará diseñada de forma práctica, interactiva y atractiva, compuesta por secciones de Experiencias (con fotos y videos), Testimonios (escritos por visitantes y audiovisuales), Contactos y posibilidad de reserva a través de un link que estará enlazado con el canal de E-commerce de “STAF” agencia de viajes.

## 8.4 Comunicación Directa

**Relaciones publicas**, participar en ferias y eventos turísticos por ejemplo:

La Feria Internacional de Turismo “FIT”, Expo Turismo Formosa, FEDEMA – FRUTAR, FeriArte, Expo Rural, Congresos y Festivales que se realizan tanto en la provincia como en la región y en la República de Paraguay, a fin de atraer al público objetivo.

También se promocionará a través de folletos en aeropuerto, puertos, terminales de ómnibus, centros de informes turísticos, mesa de entrada del ministerio de turismo de la provincia, agencia de viajes receptoras STAFF (vender tickets con comisiones pre-establecidas), también con recepcionistas de hoteles, restaurantes y rentadoras de vehículos, visitando sus oficinas para informar acerca de las características del producto. Se realizarán fan-tours “viajes de cortesía, de familiarización” para los intermediarios con el objetivo de presentarles el producto y lo vivan en primera persona.

---

<sup>18</sup> - Kotler (2012) El mix de comunicación de marketing Pag. 475



## 9) POLITICA DE COMERCIALIZACION

### 9.1. Como se comercializará el proyecto

Para competir en el mercado se ha planteado el empleo de diversos canales de comercialización, que permitirán la inserción de esta línea de producto logrando alcanzar el mayor número de potenciales consumidores.

Se trabajará con dos canales de ventas, uno directo que incluye reservas a través de la página web de Aventura Estrella y ventas en el lugar y otro canal indirecto que involucra la participación de TripAdvisor , la agencia de viajes receptiva STAFF .

#### **Canales Directos**

Es aquella que efectuará la propia excursión Aventura Estrella contactándose directamente con el potencial cliente final.

-Reserva on-line a través de la plataforma web [www.excursionaventuraestrella.com](http://www.excursionaventuraestrella.com) el cliente podrá seleccionar la fecha y cantidad de personas, Una vez que haya realizado todos estos pasos, deberá efectivizar su compra, abonando mediante una tarjeta de crédito o Débito; transferencias bancarias o Mercado Pago. Recibirá su código de reserva, el cual deberá presentar al momento de realizar el circuito, también tendrá la opción de imprimir su voucher.

- Contratación in-situ, en el punto de realización de la excursión: salidas grupales con un mínimo de siete integrantes, sujetas a disponibilidad, el cliente podrá abonar en efectivo o con su tarjeta de crédito y/o debito.

-Reserva por redes sociales, como ser: Facebook e Instagram. Además de la vía telefónica, whatsapp, e-mail.

#### **Canales Indirectos**

Es la venta del servicio efectuada por intermediarios y el consumidor final, este canal puede ser corto o largo dependiendo del número de intermediarios existentes.

-Venta indirecta a través de la agencia de viajes receptoras “STAFF”, en este caso será la intermediaria de efectuar las reservas de la excursión Aventura Estrella. La gestión de reserva se realizara mediante una comisión fija (13%)

- Reserva online a través de un intermediario reconocido a nivel internacional como TripAdvisor. En este sitio, se ofrece la posibilidad de contratar el servicio y efectivizar la reserva mediante tarjeta de crédito o Mercado Pago.

Es una plataforma turística que se encuentra disponible en 49 mercados y en 28 idiomas, Viajeros de todo el mundo usan el sitio y la aplicación para consultar, esto se convertiría en un factor importante ya que influirá en la reputación on-line de Aventura Estrella, transformándose en una herramienta para captar un mayor número de reservas siempre y cuando se obtengan comentarios positivos.

## **9.2. Quienes Intermediarán con el Cliente**

La intermediaria de esta estructura de distribución comercial será la Agencia de Viajes Receptiva STAFF encontrándose además ofertando sus servicios en el sitio web TripAdvisor.

Se propone como intermediaria principal a la mencionada agencia, la misma fue escogida debido a que posee una vasta experiencia en la industria, con más de 25 años en constante actividad, conllevando a poseer una amplia cartera de clientes, además de ser reconocida por su buena atención, profesionalidad y honestidad, factores positivos para obtener una buena visibilidad la excursión Aventura Estrella.

En segunda instancia para abrirse al mercado internacional se decidió por una de las plataformas más visitadas por los turistas TripAdvisor, allí actuaría como intermediaria de la excursión la agencia de viajes mencionada.

Dicha web hospeda cientos de miles de reseñas realizadas por cualquier persona que haya experimentado alguna reserva en ella, los viajeros leen las críticas de los diversos servicios y/o productos turísticos durante la fase de planificación del viaje, para inmediatamente lanzarse a reservar el más valorado.

## **9.3. Comercio Electrónico**

La excursión Aventura Estrella apuesta por canales de comercialización que emplean ciertas herramientas virtuales como es el caso de la reserva directa por medio de la página web [www.excursionaventuraestrella.com](http://www.excursionaventuraestrella.com), sumado a las redes sociales de Facebook

e Instagram, además de TripAdvisor, sitio web en el cual uno puede valerse de las opiniones de los turistas internautas para realizar reservas de diversos productos y/o servicios.

La importancia de activar estos canales es la accesibilidad que los potenciales clientes pueden tener a Aventura Estrella desde cualquier lugar.

Otras ventajas:

-Posibilita ampliar la base de datos de clientes reales y potenciales, pudiendo expandir las reservas.

- Facilita tener un horario comercial de 24 hs al día, todos los días del año gracias al entorno on-line.

- Permite mejorar la comunicación con los clientes, atender sus peticiones y preguntas, también se podrá generar una mayor fidelización entre sus clientes.

**OBSERVACION:** en la página web se plasmará la descripción detallada de la excursión para la reserva inmediata, con la tarifa actualizada, acompañadas por una galería de imágenes y videos de alta resolución de la experiencia turística.

## 7) POLITICA DE PRECIOS

### Precio: Costos + Utilidad

#### 7.1- - Inversión Inicial:

- ❖ Gastos de habilitación comercial: \$1.500
- ❖ Gastos de creación de la página web: \$5.000
- ❖ 1 Escritorio : 2.000\$
- ❖ 1 silla: 1.500\$
- ❖ 1 banner: 2.000\$

**COSTO:** Es el valor monetario de los factores que supone el ejercicio de una actividad destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.

#### 7.2- Estructura de costos

El desarrollo del proyecto “AVENTURA ESTRELLA”, para su puesta en marcha, debe afrontar los siguientes costos:

#### Costos Fijos:

- ❖ Honorario servicio de guía.....65.000\$ mensual (todas las salidas)
- ❖ Gastos Honorario Contador Público..... 5.000\$ mensual
- ❖ Régimen de Monotributo..... 2.500\$ mensual
- ❖ sueldo del propietario..... 80.000\$ mensual
- ❖ Publicidad- mantenimiento de la web ..... 2.000\$ mensual
- ❖ Folletos “tríptico” ..... 2.000\$ mensual

TOTAL de Costo Fijo por día: 5.216\$

#### Costos Variables:

- ❖ Equipamiento técnico: “alquiler “de (2 canoas, elementos de seguridad como salvavidas, chalecos reflectivos, binoculares, botiquín y bolsa impermeable para proteger los objetos del agua).  
15.000\$ por excursión.....unitario 1.500\$
- ❖ Costo de snack .” frutas, barra de cereales, agua mineral, agua saborizada”  
2.500\$ P/ 10 personas ..... unitario: 250\$
- ❖ Merchandising : 1.500\$ P/ 10 personas ..... unitario: 150\$

- ❖ Póliza de emergencia médica, Seguro de viajero (Assist Card) P/ 1 día..... unitario 200\$.
- ❖ Comisiones por venta 13% a (agencia de viajes)
- ❖ Impuestos a los Ingresos Brutos 2% mensual de la facturación

## 7.2 Fijación de precios

La fijación de precios se basará en la ESTRATEGIA DE LIDER EN DIFERENCIACION, brindando al mercado un producto/ servicio “premium”, diferenciado al de la competencia por su atributo diferenciador que serán valorados y percibidos por el usuario.

A continuación, se enuncian los precios orientativos del producto/servicio Excursión Aventura Estrella que se brindarán, los mismos estarán condicionados por el análisis de costos, además de la consideración del precio de la competencia y al gasto de la demanda.

**“Precio superior a la competencia con servicio más amplio”.**

### TARIFAS DE AVENTURA ESTRELLA (paseo náutico & trekking)

<b>EXCURSION: AVENTURA ESTRELLA</b>	<b>PASEO NAUTICO &amp; TREKKING</b>	<b>POR PERSONA</b>	<b>10.000\$</b>
---	---	--------------------	-----------------

Fuente: Elaboración Propia

**TOTAL en \$ 10.000 con IVA incluido por pax.**

La agencia de viajes “STAFF” gestionara la reserva bajo la comisión del 13% por pax.

**CONDICIONES:** El valor total de la excursión es de \$10.000 por persona, en caso de pagar con efectivo, debito o transferencia bancaria.

En caso de abonar con tarjetas de crédito hasta 12 cuotas, tiene un recargo del 20%, quedando así un valor total de \$12.000 abonando con Tarjetas de crédito.

### 7.3 Precios comparativos

Los precios que se expresan a continuación sólo pertenecen a paseo por las aguas del Bañado, debido a que la competencia solo ofrece este producto, a diferencia de Aventura Estrella que complementa el paseo náutico con paseo por sendero.

En la siguiente tabla se puede apreciar a dos operadores que manifiestan precios casi similares ya que sus servicios no difieren entre sí.

SERVICIO	CANTIDAD	PRECIO
<b>CARLOS BRITOS AVENTURA</b>	1 PERSONA	8.000\$
<b>EXCURSION FRANCISCO «CHILO» RUÍZ</b>	1 PERSONA	7.500\$

Fuente: Elaboración Propia.

### 7.4- Estacionalidad de la Demanda

El proyecto Aventura Estrella tiene la característica de ser estacional, será puesto en funcionamiento durante los siguientes meses: febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre, esto es debido al comportamiento del clima, temperatura superior a 45° y la marcada bajante del río Pilcomayo

Considerando también que la actividad es al aire libre, en caso de lluvias y tormentas, la actividad se pospondrá para el día siguiente.

## 10) CALIDAD TURISTICA

Siguiendo la filosofía empresarial que sostiene que el cliente es la razón de ser de toda empresa, resulta sumamente importante y necesario conocer sus opiniones acerca del servicio recibido, para poder mejorar lo que falta, profundizar las cualidades e incorporar las sugerencias.

Para esto, se trabajó en el diseño de una pequeña encuesta de Calidad Turística donde el cliente podrá expresar su opinión y puntuar el servicio.

La encuesta se realizara on-line via e-mail, para mostrar su nivel de satisfacción en cuanto al servicio recibido y en la página [www.excursionaventuraestrella.com](http://www.excursionaventuraestrella.com) tendrá una opción para puntuar el servicio brindado.

### 10.1 Satisfacción del cliente

Conocer el grado de satisfacción del cliente es importante para evaluar el servicio brindado. Su evaluación permitirá realizar los ajustes necesarios para corregir nuestro desempeño, optimizar costos, mejorar los servicios ofrecidos e incrementar ingresos.

La satisfacción del cliente se puede medir utilizando estos instrumentos:

- ✚ Libro de quejas y de sugerencias.
- ✚ En la Página Web, donde se pueda establecer puntuaciones al servicio.
- ✚ Además, en la misma página web del Proyecto, habrá un enlace directo a TripAdvisor, de modo que el cliente pueda expresar su opinión y conocer la de otras personas que ya utilizaron el servicio.
- ✚ Encuestas con opciones Malo, Regular, Bueno, Muy bueno, Excelente

#### **Ejemplo de Instrumento de medición de calidad “Encuesta”.**

Su opinión es importante para mejorar el desempeño.

Por favor, califique su grado de satisfacción en los siguientes puntos, marque su respuesta con un **círculo** y emita algunas recomendaciones

Muchas gracias

## 10.2 Formulario de encuesta de satisfacción

**Nombre y Apellido:**

**Teléfono:**

**Dirección de mail:**

1 - ¿De dónde proviene?: .....

2 - ¿Cómo se enteró de la “excursión Aventura Estrella”?

A - Agencia de viajes.

B - Redes sociales.

C - Televisión o radio.

D - Plataformas de viajes.

E - Otros.....

3 - ¿Cómo evaluaría los circuitos en relación con sus expectativas?

A - Muy bueno.

B - Bueno.

C - Malo.

D - Muy malo.

4 - ¿Cómo evaluaría el estado de la embarcación y accesorios?

A - Muy buena.

B - Buena.

C - Mala.

D - Muy mala.

5 - ¿Cómo considera el valor del circuito en relación a lo que se ofrece y a la experiencia vivida?

A - El circuito vale pagarlo y el precio es justificable.

B - El circuito vale pagarlo, pero es caro.

C - El circuito no vale pagarlo.

6 - ¿Como evalúa el desempeño del coordinador?

A - Muy buena.

B - Buena.

C - Mala.



D - Muy mala.

7 - Valoración global del servicio de excursión

A - Muy buena.

B - Buena.

C - Mala.

D - Muy mala

8 - Como califica el nivel de seguridad durante la excursión?

A - Muy buena.

B - Buena.

C - Mala.

D - Muy mala

9 - Como califica el paseo cultural "senderismo"

A - Muy buena.

B - Buena.

C - Mala.

D - Muy mala

10 - Tiene algo para recomendarnos en lo que podríamos mejorar?.....

Finalizada la excursión se le comunicara a los visitantes que luego se les enviará una encuesta on line vía e-meil para mostrar su nivel de satisfacción en cuanto al servicio recibido y en la página de la excursión [www.excursionaventuraestrella.com](http://www.excursionaventuraestrella.com) tendrá una opción para puntuar el servicio brindado.

Muchas Gracias por su respuesta, ayudara a crecer.

Se aprecia su tiempo, la encuesta permitirá realizar evaluaciones de calidad del servicios, como también se podrá medir el cumplimiento de objetivos y logros, permitiendo hacer cambios / modificación en el caso que fuese necesario.

## 11- CONCLUSIONES

En el presente proyecto se pudo reafirmar el potencial turístico que presenta el lugar “bañado La Estrella”, rico en identidad cultural tangible e intangible, con un exuberante entorno natural y un capital humano que lo potencia y diferencia aún más.

El Turismo en la Naturaleza como eje principal del proyecto AVENTURA ESTRELLA que es complementado con la Cultura Ancestral de las comunidades indígenas y criollas este proyecto pondrá en valor la cultura originaria, su producción artesanal, sus ceremonias, las tradiciones del hombre gaucho “criolla”, su gastronomía, la vida rural, mitos y leyendas.

Por último, la perspectiva que presenta el proyecto es altamente positiva debido a la tendencia de hoy en día “un mercado turístico interesado en lo natural, ecológico, poco masivo e innovador”, también es importante considerar que el mismo es económicamente viable, ya que cuenta con costos bajos de inversión y la posibilidad de salir al mercado rápidamente para obtener retorno a razón del gran flujo de visitantes que pasan por la zona, potencializando así una oportunidad de crecimiento económico para las comunidades, tanto indígena como criolla, generando fuentes de trabajo y con ello la mejora de la calidad de vida de la población.

Como así también en lo social, ambiental y comercial. Y que a demás contribuirá en la reactivación progresiva del sector, y a la vez en el posicionamiento del Bañado la Estrella.

AVENTURA ESTRELLA se encuentra planificada desde una visión amigable con el medio ambiente.



**El triangulo del proyecto: la eficacia económica, la equidad social y la sostenibilidad ambiental**

## 12 – BIBLIOGRAFIA

- ❖ Universidad FASTA. “Esquema de plan de marketing-Trabajo de graduación”. Material de cátedra.
- ❖ viajes.nationalgeographic.com.es - datos Booking.com publicado “28/10/2020”.
- ❖ Philip Kotler (1999). El Marketing según Kotler. Pag.45.
- ❖ Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica IV: “ Análisis del Cliente.
- ❖ Kotler y Armstrong (1994) Mercadotecnia VI edición. Pag 286 - (1996). Pag. 303
- ❖ Marketing de Servicios Turísticos – Material de Cátedra (2017) – Walter Poi. Unidad didáctica VI: “ La Estrategia Comercial”
- ❖ Nunez, G. (2016). Creación y diseño de una marca turística.
- ❖ Blain et al. (2005:337)
- ❖ Kotler y Armstrong (2012) p.231 marca turística.
- ❖ Kapferer, (1994 ) marca turística.
- ❖ Kotler (2012) El mix de comunicación de marketing Pag. 475.
- ❖ Miguel Ángel Acerenza (1990) Producto Turístico.
- ❖ OMT (1994) – Producto Turístico.
- ❖ Inés Küster, Natalia Vila, Pedro Canales. Universidad de Valencia. El Marketing relacional y el marketing emocional.
- ❖ DÍAZ, EDUARDO A. 2018. “Turismo y Sistema; Conceptos Básicos”, Módulo Política y Planificación Turística. Universidad FASTA, Mar del Plata.

- ❖ Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (2020). Protocolo COVID-19 para Prestadores
- ❖ ACERENZA, M.A. *Agencias de Viajes, organización y operación*. Trillas, México. 1990.
- ❖ Mg. Tonuit, Hernán, (2016). Dirección Estratégica. Material de Cátedra.
- ❖ Philip Kotler (2010) Posicionamiento <https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing>
- ❖ Bañado La Estrella reserva natural provincial por ley 1471 año 2005. [www.formosa.gob.ar](http://www.formosa.gob.ar)
- ❖ (mayo de 2019) el bañado [Maravillas Naturales de Argentina](http://www.formosahermosa.gob.ar/) <http://www.formosahermosa.gob.ar/> .
- ❖ herradura fue la localidad con más avistajes de aves en 24 horas <https://formosacapital.com.ar/https://www.xn--lamaanaonlinlkb.com.ar/.../herradura.../>
- ❖ Desarrollo-productos-turísticos OMT “1994 - <https://www.unwto.org/es>
- ❖ Bitácora Bañado la Estrella - <http://proyungas.org.ar>
- ❖ Bañado La Estrella, valioso santuario silvestre - <http://www.clarin.com/todoviajes/destinos>

## 13 - ANEXOS

### 4º. Mitologías guaraníes y leyendas populares



**Jasy-Yateré** : Ser sobrenatural, de aspecto anñado, rubio y juguetón de grandes ojos azules, vaga y retoza durante la siesta, atrae a los niños con un silbido o bastón. Los rapta y los lleva al bosque donde los retiene durante algún tiempo, los alimenta con miel silvestre y frutas, juega con ellos y al fin, los suelta o los deja enredados en un Ysyó (liana).



**El Pombero**: de aspecto humano y pequeña estatura oculta su figura bajo la copa de un enorme sombrero de hojas. Emite un silbido agudo y ensordecedor, asustando a las doncellas y provocando temor en horas de la siesta, se alimenta de miel y frutos de la selva. Es común que la gente deje en sus puertas yerba mate , tabaco y caña blanca para mantenerlo contento.



**El Mainumby o Colibrí:** Cuenta la leyenda guaraní, que la muerte no es el final de la vida, pues el hombre, al morir, abandona el cuerpo en la Tierra pero el alma continúa su existencia. Se desprende el alma y vuela a ocultarse en una flor a la espera de un mágico ser. Entonces, es cuando aparece el “mainumbí” y recoge las almas desde las flores, para guiarlas amorosamente al Paraíso. Esta es la razón de que vuele de flor en flor. Cuando en un jardín aparece un colibrí, nos viene a contar que las almas de los que amamos están bien.



**El Camba-bolsa:** Personaje de características afro, alto, delgado, asustador, recorre el poblado en busca de almas infantiles. Consigo lleva una enorme bolsa donde carga las criaturas robadas durante las horas de la siesta, en momentos que los padres duermen. Este personaje es una rara combinación de la imaginaria guaraníco-africana de la colonia.



## CULTURA Y TURISMO COMO FACTOR DE DESARROLLO

# CENTRO DE DESCUBRIMIENTO DEL BAÑADO LA ESTRELLA: ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENT AL



En el marco del proyecto de creación del futuro “Centro de Descubrimiento del Bañado La Estrella”, el Ministerio de Turismo de la Provincia de Formosa informa que se ha dado inicio al relevamiento correspondiente al Estudio de Impacto (EsIA) tendiente a evaluar las implicancias ambientales y sociales de su emplazamiento.

Dicho relevamiento se efectuará en la zona de influencia del sitio en el cual se pretende instalar la obra, procediéndose a brindar en los próximos días mediante talleres participativos la información necesaria a toda la población sobre los alcances del

mencionado estudio.  
En ese sentido, cabe aclarar que la obra “Proyecto del Centro de Descubrimiento del Bañado La Estrella” pretende ser construida en la ruta provincial 28 norte, en la zona conocida como El Vertedero, donde se concentra la mayor cantidad de afluencia turística.

Asimismo, es importante destacar el trabajo que se realiza desde el área técnica de la Unidad Central de Administración de Programas (UCAP) del gobierno provincial como principal encargada del desarrollo del proyecto, el cual cuenta con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo para su financiamiento.

El Ministro de Turismo de Formosa, Lic. Ramiro Fernández Patri, manifestó que “esta obra significará un gran paso para el fortalecimiento y posicionamiento competitivo del Bañado La Estrella a nivel nacional e internacional, el cual además cobra mayor impulso a partir de su reciente incorporación como uno de los destinos protagónicos dentro del Corredor Turístico del Litoral”.

**IMÁGENES DE LA EXCURSION**















Imágenes gentileza de Ramón Maldonado “fotógrafo de Naturaleza”