

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD Y ELABORACION DE UN CD INTERACTIVO
PARA EL PROYECTO DE TURISMO ALTERNATIVO “CACIQUE DEL SILENCIO”
EN EL SECTOR QUEBRACHO HERRADO, SAN FRANCISCO - ARGENTINA”**

AUTOR:

- Albán Escobar Jorge Eduardo.
- Freire Samaniego Jorge David

**TESIS DE GRADO PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR AL TITULO
DE INGENIERO EN ECOTURISMO, E INGENIERO EN DISEÑO GRAFICO**

CONVENIO:

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL “SAN FRANCISCO”
(San Francisco – Argentina)**



**UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
(Latacunga – Ecuador)**



**SAN FRANCISCO - ARGENTINA
2008**

AGRADECIMIENTO:

Al Ingeniero Antonio Olocco y al Contador Daniel Ricci, que con su experiencia y gran calidad humana, han sabido orientarme y apoyarme en todo momento durante este proceso.

A las autoridades, docentes, y personal administrativo de la Universidad Tecnológica Nacional, regional San Francisco, por su colaboración absoluta para con este proyecto.

A las autoridades, docentes, empleados y trabajadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi, mi querida alma mater, en especial al Ingeniero Medardo Ulloa, a quien debo mi presencia en la UTN.

Mi mas profundo agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo durante el desarrollo de este proyecto.

Jorge Eduardo Albán Escobar.

DEDICATORIA:

De lo más profundo de mi corazón dedico este trabajo a mi tío Miguel, eterno compañero de mi vida y guardián de mis pasos.

A mamá María, padre, madre, amiga y confidente, que con su ejemplo ha sido la fuente de inspiración que me ayuda a superar obstáculos y a cumplir mis metas.

A mi esposa Vero, por resistir conmigo la soledad y la distancia, por su paciencia y amor infinito.

A mis hijos Jorge y Miguel, a mis sobrinos Gaby, Pamela e Iván, ilusión de mi vida y reflejo de mi esperanza, que con su inocencia y ternura, me dieron la fortaleza para culminar este reto.

A Iván y Gabriela, invaluable fuente de apoyo que me alienta con sus palabras a superarme cada día.

A mi familia, en especial a mis tíos Patricia y Enrique, a mis primos Iván, Fanny, Diego y Daya, por estar junto a mí en todo momento.

Jorge Eduardo Albán Escobar.

RESUMEN

La realidad ambiental, económica y política, de los países Latinoamericanos se viene marcando en general, con una constante necesidad de generar fuentes alternativas de producción de recursos económicos, que no afecten a los distintos ecosistemas y propendiendo a la conservación del medio natural, en esta línea, la generación de proyectos de tipo agroecoturísticos, están convirtiéndose en una posibilidad real de lograrlo.

Considerando que posicionarse dentro de un mercado turístico, cada vez más exigente y más variable, implica generar una serie de cambios dentro las formas tradicionales de producir, se propone este estudio de pre factibilidad, que en su fin procura, analizar las posibilidades de combinar la actividad del campo con la actividad turística, en un solo proyecto, pionero en la propuesta, y, que lleva de forma intrínseca, demostrar que es viable su generación como tal, en esta zona.

Así el proyecto contiene cuatro capítulos, el primero, contiene los pasos esquemáticos para desarrollar el estudio propuesto; introducción, formulación y planteamiento del problema, justificación, hipótesis, objetivos, marco teórico, marco conceptual, mismos que determinan los elementos necesarios para llegar a la consecución de los datos que nos permiten verificar la pre factibilidad o no del proyecto, que, conjuntamente con el diseño metodológico, y el cronograma de actividades, nos permiten medir los avances que se generen, concordando con el diseño más adecuado para los estudios respectivos, planteados en el segundo capítulo; de la misma manera la etapa investigativa, a la que se hace referencia en el tercer capítulo, permite detallar a profundidad cada uno de los pasos planteados en los dos capítulos anteriores, estos son una herramienta esencial, y permiten ir puliendo las alternativas existentes, considerando tanto a factores externos como internos, pero que de una u otra forma afectan al proyecto en su esencia.

Como aporte fundamental es esta etapa, tenemos el desarrollo del CD, interactivo, que se convierte en el vínculo entre la sociedad en general con el proyecto, este fue elaborado con distintos tipos de software, que permiten darle un valor agregado a este proyecto a la hora de promocionarlo dentro del mercado turístico.

En el capítulo final, se recogen los resultados por medio de un análisis, en el que se deja ver la situación real del proyecto, y su situación potencial, planteando conclusiones y recomendaciones, encaminadas al éxito de este proyecto.

Se concluye este estudio, con anexos, en donde constan todos los documentos e imágenes que lo respaldan, y entregan al lector del presente un detalle más profundo sobre ciertos ítems encontrados en el desarrollo.

SUMMARY:

The environmental, economic and political reality, of the Latin American countries one comes marking in general, with a constant necessity of generating alternative sources of production of economic resources that don't affect to the different ecosystems and inclining to the conservation of the natural means, in this line, the generation of projects of type agroecoturísticos, they are becoming a real possibility of achieving it.

Considering that to be positioned inside a tourist market, every time but demanding and more variable, it implies to generate a series of changes inside of the traditional forms of taking place, he/she intends this study of pre feasibility that offers in their end, to analyze the possibilities to combine the activity of the field with the tourist activity, in a single project, pioneer in the proposal, and that takes in an intrinsic way, to demonstrate that it is viable their generation like such, in this area.

The project contains this way four chapters, the first one, contains the schematic steps to develop the proposed study; introduction, formulation and position of the problem, justification, hypothesis, objectives, theoretical mark, I mark conceptual, same that determine the necessary elements to arrive to the attainment of the data that you/they allow us to verify the pre feasibility or not of the project that, jointly with the methodological design, and the chronogram of activities, they allow us to measure the advances that are generated, agreeing with the design but appropriate for the respective studies, outlined in the second I surrender; in the same way the investigative stage, to which one makes reference in the third surrenders, it allows to detail to depth each one of the steps outlined in the two previous chapters, these they are an essential tool, and they allow to go polishing the existent alternatives, considering so much to external factors as internal, but that in an or another way they affect to the project in its essence.

As fundamental contribution it is this stage, we have the development of the CD, interactive, that becomes in the I link among the society in general with the project, this it was elaborated with different software types that allow to give him a value added to this project when promoting it inside the tourist market.

In the surrender final, the results are picked up by means of an analysis, in which you lets see the real situation of the project, and their potential situation, outlining conclusions and recommendations, guided to the success of this project.

Your concludes this study, with annexes where all the documents and images that support it, consist and they give the reader of the present a detail but deep on certain articles found in the development.

INDICE DE CONTENIDOS DEL PROYECTO

CAPITULO I ESQUEMA DE DESARROLLO

I. INTRODUCCION	pág- 10
II. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	pág- 11
III. JUSTIFICACIÓN	pág- 12
IV. HIPOTESIS	pág- 13
V. OBJETIVOS	pág- 13
VI. MARCO TEÓRICO	pág- 14
VII. MARCO CONCEPTUAL	pág- 20

CAPITULO II

METODOLOGIA DEL PROYECTO

VIII.- DISEÑO METODOLÓGICO	pág- 23
IX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	pág- 26

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

x.- ESTUDIOS.	
• EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	pág- 27
• ESTUDIO DE MERCADO	pág- 36
• ESTUDIO DE MERCADO LOCAL	pág- 43
• ESTUDIO TÉCNICO	pág- 49
• ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA	pág- 55
• ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL	pág- 57
• ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	pág- 64

CAITULO IV

RESULTADOS

XI.- ANALISIS DE LA PREFACTIBILIDAD	pág- 72
XII.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	pág- 73
XIII.- ANEXOS	pág- 75
XIV.- BIBLIOGRAFÍA	pág- 93

CAPITULO I ESQUEMA DE DESARROLLO

I. INTRODUCCION

En la actualidad, el Turismo procura "la máxima participación de la población local", es por lo que se han derivado formas como el ecoturismo, turismo de patrimonio, comunitario, rural, eco-cultural o más claramente definido como "alternativo"; todos ellos responden, si son bien entendidos, al desarrollo integral de las poblaciones. Pero se debe considerar a esto como una alternativa y no, como la única salida para incrementar divisas o diversificar fuentes de trabajo. Si bien hablamos de desarrollo local, debemos considerar al "turismo" y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias de este desarrollo.

Entonces, se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones, radica además, en la relación directa con la "biodiversidad", debido a que existen muchas maneras con las cuales, los seres humanos, únicos poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo.

Por esto, es importante mencionar que el complemento de la biodiversidad es la "diversidad cultural manifestada en la variabilidad de lenguajes y dialectos, religiones, comidas, usos de los recursos y tecnologías "entre muchas otras representaciones y prácticas que construye e inventa una sola especie: la humana. (ECOCIENCIA 2002)".

Mientras más diversos sean estos aspectos en una sociedad o en un país, mayor es su riqueza cultural y complementando este mosaico cultural, con el ancestral y actual arribo de los inmigrantes.

Si se anhela que las localidades, centros poblados o cualquier conglomerado humano, organizado según sus acuerdos, accedan y alcancen el "desarrollo integral" (social y económico) con un medio ideal para aportar al mismo como son los proyectos de turismo, es preciso presentar una alternativa capaz de

moldearse a las reales necesidades de las localidades, a la sustentabilidad de los recursos y a la rentabilidad social y económica de los emprendimientos.

No solamente se trata de presentar esta alternativa, sino que es menester que se la construya e implemente desde la necesidad y la realidad misma de la, localidad, transformándola en un "proyecto eco-turístico participativo", que bien podría llamársele "proyecto de desarrollo".

Se debe pensar en proyectos que puedan ejecutarse, y para que el turismo alternativo tenga éxito, es preciso un nivel de especialización que no se limite simplemente a los "buenos propósitos", así como entender que para los sectores involucrados, en materia de ecoturismo o turismo, el proceso es largo y requiere una mejor comprensión del mercado turístico y de la dinámica de la comunidad.

De esta manera se puede apreciar que el turismo alternativo representa una buena oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico, pero requiere de una estrategia interdisciplinaria y participativa dirigida a la articulación del patrimonio con la sociedad y a la preparación de ésta para usar y mantener los recursos naturales en forma sustentable.

II. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de San Francisco, es poseedora de extensas zonas dedicadas a la producción agrícola y pecuaria que nos sirven de base, para el diseño y la ejecución de diversos proyectos a realizarse en el sector turístico, especialmente agroturismo, ecoturismo, o turismo alternativo.

Si bien, estas zonas permiten apreciar la riqueza del sector, conjuntamente con la ancestral tradición que posee la zona de trabajar el campo, también clarifica los aspectos que se deberán tomar en cuenta al momento de elaborar los diferentes estudios, previa la presentación de las distintas propuestas de proyecto que pudieran aplicarse a dicha realidad.

Para la comunidad, la producción agrícola y pecuaria es el punto referencial más fuerte dentro de su economía, y, sus tierras incluyendo elementos bióticos y abióticos son el único recurso natural, que poseen y han heredado.

Por tal razón, existen intereses compartidos que han generado la apertura para trabajar en el fortalecimiento, mejora y difusión de las actividades agropecuarias, conjuntamente con la puesta en marcha de las actividades de turismo alternativo, encaminadas hacia el manejo sostenible y sustentable de todos sus recursos.

Con estos antecedentes, proponer la aplicación de un estudio de prefactibilidad, para la formulación de un proyecto de turismo alternativo en la zona Quebracho Herrado, desde el punto de vista técnico, cultural y ambiental es factible, ya que considerando los valores intrínsecos del lugar, pudiéndose así nombrar por ejemplo: el acontecimiento histórico de la batalla de Quebracho Herrado, gesta que marco un hito en la conformación de la actual Argentina, desarrollado en esta zona, autenticado y fortalecido con la recolección de muestras de dicho evento en el lugar referido; así mismo la existencia de una importante extensión de tierra con un antiguo bosque de eucaliptus, y otra poseedora de especies, arbóreas y arbustivas nativas del lugar, mismas que se han visto diezmadas por el desarrollo de actividad agrícola y que en otras zonas prácticamente ya no existen, todo esto adjunto a una gran biodiversidad de aves, como ñandús, loros, perdices, búhos, águilas, entre otros, que coexisten en simbiosis con estas zonas, generando un nicho ecológico único, muy apto para la generación de actividades propias del turismo alternativo como, paseos a caballo, senderismo, observación de aves tanto de hábitos diurnos como nocturnos, interpretación ambiental, campamentos recreativos, cursos vacacionales infantiles, observación de los procesos de producción y manejo del tambo, entre otros.

III. JUSTIFICACIÓN

Una vez establecido el diagnóstico situacional del ámbito turístico en la provincia de Córdoba, y el análisis de afluencia de visitantes a la ciudad de San Francisco, así como la identificación y valoración del proyecto denominado

“Cacique del Silencio” en el sector Quebracho Herrado, como un recurso turístico y de lo que significa para la comunidad en general; las bases para desarrollar este estudio de factibilidad siguen el lineamiento del turismo rural o alternativo, debido a que no solamente comulgan la idea de una actividad cuyo principal objetivo es la generación de recursos económicos, y la explotación de los recursos, sino porque, constituye una nueva concepción de la actividad, tanto práctica como socioeconómica, desde una perspectiva inclinada hacia la ecología y la conservación de dichos recursos.

Teniendo en consideración que los puntos principales de todo lo que implica trabajar en ésta área son: mejorar las condiciones de vida de los receptores, preservar los recursos naturales y culturales, compatibilizándolos con estudios de capacidad de carga, la sensibilidad de un ambiente natural y productivo con la práctica turística, genera que al trabajar con la elaboración de proyectos, se de prioridad a la elaboración de un **estudio de prefactibilidad para que el proyecto de turismo alternativo** que se pretende, responda a la real necesidad, tanto del ofertante, como a la demanda de un segmento real y potencial de turistas insatisfechos en la zona.

IV. HIPOTESIS

- Es factible la elaboración de un proyecto de turismo alternativo en la zona Quebracho la Herradura, de la ciudad de San Francisco.
- Es viable la implantación de actividades turísticas dentro de las actividades de producción agropecuarias, bajo un modelo lineal.

V. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un estudio de prefactibilidad y un CD Interactivo para el proyecto de turismo alternativo “Cacique del Silencio” en el sector Quebracho Herrado, en la ciudad de San Francisco.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el potencial turístico de la zona
- Realizar un estudio de mercado
- Realizar el estudio de capacidad de carga
- Elaborar el estudio de organización y control
- Realizar el estudio económico y financiero
- Evaluar la factibilidad del proyecto
- Elaborar el Cd Interactivo

VI. MARCO TEÓRICO

PROYECTOS DE TURISMO ALTERNATIVO A PARTIR DE PRIORIDADES DE DESARROLLO

(Centro Científico Tropical de Costa Rica, 2002).- Manifiesta que: se considera fundamental el diseño y la ejecución de proyectos integrados de conservación y desarrollo rural sostenible, por dos razones principales:

1. Porque mejora la conservación de la biodiversidad de estos sitios de interés particular, enfocado en las necesidades de la gente - sociales y económicas.
2. Porque se refiere a la participación de los usuarios locales en actividades de conservación para los recursos que poseen.

(YUCTA, P 2003).- Los proyectos de turismo que consideran la fijación de las prioridades de desarrollo dentro de un contexto de planificación, obedecen directamente a un área o eje de desarrollo desprendido de una perspectiva de planificación del desarrollo nacional, regional, provincial, cantonal, parroquial, comunitario, etc. En estas circunstancias si la política de desarrollo determina que el avance de una zona deprimida debe iniciarse con inversiones en el campo del turismo, antes que en ningún otro, el criterio de las prioridades está en capacidad de imponerse, disponiendo de la creación de proyectos turísticos.

(YUCTA, P 2003).- Independientemente de la metodología que se utilice, en una planificación de desarrollo a cualquier nivel, se analiza principalmente aspectos importantes como: la identificación de actores, el diagnóstico, la definición de problemas, la priorización de problemas y la definición de alternativas.

(ASTORGA, A. 1994).- El diagnóstico es una forma de investigación en el que se describen y explican problemas, con el fin de comprenderlos. El diagnóstico tiene como punto de partida un problema, se basa en el principio “comprender para resolver” y exige dos tipos de actividades: recoger información y reflexionar.

(ASTORGA, A. 1994).- El diagnóstico es un proceso de profundización, que se apoya en los conocimientos teóricos de la realidad a analizarse. Y aunque el conocimiento que se consigue de un problema no es completo, porque la realidad es compleja y cambiante, se destaca que el diagnóstico desemboca en conclusiones prácticas.

(ASTORGA, A. 1994).- En el diagnóstico participativo, los miembros del grupo involucrado son sujetos de las actividades. Todo el proceso de investigación está en sus manos. Son ellos los que toman las decisiones sobre qué diagnosticar, para qué y cómo, de acuerdo a los intereses del propio grupo. Se busca la participación amplia y activa de sus miembros desde la definición de problemas hasta la formulación de conclusiones.

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

(YUCTA, P 2003).- En un Análisis de Factibilidad se vislumbran los aspectos favorables para la viabilidad de un proyecto, lográndose una aproximación a la realidad. Este estudio se convierte muchas veces, en una especie de filtro de alternativas de donde se elige la más viable. El criterio para la realización de este estudio es que antes de decidir invertir en estudios finales que implicarían altos costos, convendría tener una sola alternativa a fin de poder guiar el estudio de factibilidad en una sola dirección, de esta manera se ahorra tiempo y energía.

Los Objetivos del Estudio de Prefactibilidad son:

- Seleccionar la alternativa que de acuerdo a su función turística sea compatible a los fines que se persiguen y sea la más competitiva entre otros proyectos.
- Preparar y facilitar el desarrollo de los estudios definitivos de pre inversión (Factibilidad).
- Contribuir a las negociaciones para la obtención del financiamiento para los estudios definitivos y la ejecución del proyecto.

En este estudio se concentra el análisis de los siguientes elementos: Información / Presentación General, Resumen e Introducción Técnica, Evaluación del Potencial Turístico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico o Ingeniería del Proyecto, Evaluación Ambiental y Sociocultural, Estudio Económico y Financiero, Evaluación del Proyecto.

PROYECTOS TURÍSTICOS ALTERNATIVOS

La ASEC (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo) propone que los proyectos se deben enmarcar en los siguientes principios:

- Planificación, ejecución e implementación adecuada
- Proceso participativo con un importante componente comunitario
- Apoyo al desarrollo económico y a la responsabilidad social y ambiental
- Mitigación de los impactos negativos y para prevenirlos en el futuro
- Que los pobladores locales mantengan el control sobre la propiedad de las tierras
- Definir políticas y lineamientos de operación e infraestructura basados en los impactos ambientales y sociales de los mismos
- Uso y manejo eficiente de los recursos naturales y culturales
- Apoyar a un desarrollo sustentable integral de la comunidad, considerando la fragilidad de la relación con la actividad económica del turismo para no depender exclusivamente de ella.
- Respetar las características culturales y ambientales del área

- Promover el manejo de información que incremente o desarrolle la conciencia cultural y ambiental de los diferentes grupos que actúan en la actividad turística.

Y LAS FINALIDADES DEBEN PROCURAR:

- La conservación, manejo adecuado y recuperación de los recursos naturales
- Revitalizar y fortalecer el patrimonio cultural.
- Generar ingresos económicos que mejoren la calidad de vida.
- Fortalecer la gestión comunitaria

DESARROLLO – CONSERVACIÓN –TURISMO

(MOLINARI, R. 2002).- Nos dice que: La vinculación actual entre **desarrollo / conservación / turismo**, es una realidad progresiva, debido a que las bondades de esta asociación o relación tienen que ver principalmente con una revalorización del patrimonio, su revitalización y puesta en dinamismo para activar las economías regionales.

(MOLINARI, R y FERRARO, L 2001).-El mayor beneficio subyacente de esta perspectiva para las comunidades y la sociedad, es la oportunidad que brinda para operar hacia un fortalecimiento de las identidades que provea nuevas formas de organización para el manejo del patrimonio y que derive en un desarrollo social, antecedente indispensable para un genuino desarrollo económico.

(MOLINARI, 2002).-Si se mantiene el modelo de las anteriores explotaciones turísticas, que precedentemente “sostenían” a las regiones, y no se las dirige hacia el uso sostenible del patrimonio natural y cultural, la experiencia nos estaría indicando que sólo resultaría una vez más que el pretendido desarrollo desembocará en la degradación y/o agotamiento del recurso, fluctuará de acuerdo a los vaivenes de la demanda del mercado, y por sobre todo mantendrá empobrecidos a comunidades, instituciones y ecosistemas.

POTENCIALIDAD DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

(LEEDS METROPOLITAN UNIVERSITY 1999).- Considera que el potencial y la condición favorable que poseen los recursos del patrimonio puestos en valor para la actividad turística, entienden que el proceso de revalorización, revitalización y puesta en dinamismo para activar las economías regionales, requiere de un paralelo desarrollo social donde el eje esté puesto en la recuperación del sentido de lugar y de la historia por parte de las comunidades y el público visitante.

(BOYLE 2000; TAUBENSCHLAG 2002; VEVERKA 2002).-Tal proceso exige un fortalecimiento de los aspectos que hacen al valor del patrimonio para la vida presente y la construcción del futuro. En suma, se trata de destacar el beneficio potencial que representa la diversidad, natural y cultural, para el sostenimiento de la vida. En tal sentido, resultan cruciales los planteos referidos a las formas y contenidos para interpretar o comprender el patrimonio desde aspectos que son exportablemente beneficiosos para la sociedad y hacen a la dimensión tangible, intangible y universal de la información de los recursos.

El **Patrimonio y los recursos turísticos**, según la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.), poseen conceptos claramente diferenciados entre sí:

1.- Patrimonio turístico (de un país, región o zona) "el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas".

2.- Recursos turísticos son "todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda".

PRODUCTO TURÍSTICO

La Carta de Turismo Cultural, adoptada por el ICOMOS en 1976, afirma que tanto las entidades representativas del sector turístico como las de protección

del patrimonio natural y cultural, deben estar profundamente convencidas que la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural para el beneficio de la mayoría, se logra dentro de un orden en el que se integran los valores culturales en los objetivos sociales y económicos que forman parte de la planificación de los recursos de los Estados, regiones y municipios.

(RATTO, N 2001).- De acuerdo al concepto moderno de **marketing turístico**, para que un recurso natural y/o cultural tenga valor turístico debe ser transformado en un producto turístico, al que se le debe agregar valor. Este valor puede estar dado por:

- Infraestructura: caminos, senderos, aeropuertos, terminales de transporte, servicios básicos públicos, señalización, etc.
- Equipamiento: hoteles u otro tipo de alojamiento, gastronomía, excursiones, souvenir, y otros servicios turísticos.
- Instalaciones: Centros y/o senderos de interpretación, guías especializados, folletería de información general.

(RATTO, N. 2001).- Transformar el producto turístico significa ponerlo en el mercado, garantizando la competitividad y la sostenibilidad del recurso.

DESARROLLO SOSTENIBLE O SUSTENTABLE

(RATTO, N. 2001).- El concepto de sustentabilidad está relacionado a tres factores importantes: calidad, continuidad y equilibrio. El turismo sustentable es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, de los residentes que viven y trabajan en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas.
- Obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.

- Asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos.
- Procurar que el negocio turístico sustentable sea rentable, para que el sector privado mantenga el pacto de sustentabilidad y equilibrio.

(RATTO, N. 2001).- El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, turismo de estancia, observación de la flora y fauna, avistamiento de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de la nueva tendencia del turismo alternativo.

TURISMO RURAL, COMUNITARIO O ALTERNATIVO

En el FORO ELECTRÓNICO sobre ECOTURISMO que organizó Planeta.com en el mes de octubre del 2002, surgieron comentarios del Turismo Rural, se recogen algunos de ellos:

"Los obstáculos al turismo comunitario a menudo incluyen la falta de un marco legal, de promoción y de marketing, así como la interferencia de industrias tradicionales que pueden destruir el medio ambiente local".

"Las comunidades que viven en zonas de gran biodiversidad donde el ecoturismo comunitario podría ser un éxito, a menudo carecen de recursos financieros para conseguir la formación, las existencias, la infraestructura y los medios necesarios para tener éxito".

VII. MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE MERCADO

Se utiliza como antecedentes necesarios para los análisis técnicos, económicos y financieros del proyecto. Abarca la investigación de la demanda y de la oferta turística, como así también la determinación del precio, y la tipología del proyecto.

DEMANDA TURÍSTICA

La demanda es aquella formada por el conjunto de consumidores (o posibles consumidores) de bienes y servicios turísticos. El estudio de la demanda turística se refiere a los aspectos relacionados con la existencia de demanda o necesidad de los bienes o servicios que se busca producir u ofrecer. También, tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores o usuarios actuales o potenciales del bien o servicio que se piensa ofrecer.

OFERTA TURÍSTICA

Se define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario/consumidor turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. La investigación de la oferta de bienes y servicios se basa en estudios de informaciones sobre volúmenes de producción actual y proyectada, capacidad instalada y utilizada, planes de ampliación, costos actuales y futuros. Se debe incluir el inventario de recursos turísticos, capacidad de alojamiento, restaurantes, servicios turísticos, la oferta competitiva, detallando otros recursos, prestadores de servicios turísticos y el comportamiento de la oferta.

EVALUACIÓN TÉCNICO-ECONÓMICA

Consiste en determinar la capacidad instalada del proyecto y la formulación del proyecto diseñando la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto turístico deseado. Esta etapa abarca, (a) Estudio Básico para la determinación del tamaño, proceso y localización del proyecto, (b) Estudio complementario, mediante las obras físicas, organización y calendario y (c) Determinación de costos.

ESTUDIO FINANCIERO

Esta etapa consiste en la determinación del valor de las necesidades totales de capital, en la estimación de los ingresos previstos y de los gastos fijos,

variables y totales. Como así también, la estimación de la proporción utilización de la capacidad instalada necesaria para que los ingresos cubran los gastos.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Frecuentemente los proyectos de turismo son examinados para determinar sus potenciales impactos ambientales, por la estrecha relación que existe entre el turismo y la calidad del ambiente, como así también por los muchos nexos que hay entre el desarrollo turístico y otros sectores en la misma región. A saber:

a) Los aspectos del ambiente natural y sociocultural que constituyen importantes recursos turísticos, atraen a los turistas por su valor, recreativo o educativo/científico. Sin embargo, muchos de los mismos aspectos son particularmente sensibles a la alteración debido a las actividades humanas.

b) Los impactos negativos que resultan de un desarrollo turístico inadecuadamente planificado e incontrolado, pueden fácilmente dañar a los mismos ambientes de los cuales depende el éxito del proyecto. Es decir, sin una cuidadosa atención al equilibrio entre el volumen y tipo de actividades turísticas por un lado, y la fragilidad y capacidad de carga de los recursos siendo explotados por otro, los proyectos turísticos pueden ser no sólo ecológicamente dañinos sino también económicamente autodestructivos, ya que:

El turismo aumenta la demanda de infraestructura local (transporte, agua potable, recolección y tratamiento aguas servidas, eliminación de desechos sólidos, instalaciones médicas) y de varios servicios públicos que generalmente son responsabilidad pública. Por lo general, estas demandas se concentran dentro de una determinada época del año. Sin una adecuada coordinación y planificación, la demanda de servicios puede exceder su capacidad, con resultados negativos para los residentes como para los turistas.

Son potenciales problemas los nexos indirectos entre el turismo y sus culturas, los negocios, la población residente y la mano de obra local. El no reconocerlos puede restarle beneficios al proyecto e infligir impactos socioeconómicos adversos sobre la población local.

c) Entre los impactos positivos, el proyecto de turismo comunitario combina la conservación de sitios naturales con beneficios económicos y recreativos.

d) La magnitud y escala de los impactos, tanto negativos como positivos, depende del tamaño y tipo de desarrollo turístico que se propone, en relación con la fragilidad del ambiente propuesto.

RECURSO TURÍSTICO

El recurso turístico es el componente central que motiva a los turistas y excursionistas a visitar un lugar. Convengamos que sólo excepcionalmente el motivo de un viaje es dormir en un lugar distinto al de su residencia habitual.

CAPITULO II

METODOLOGIA DEL PROYECTO

VIII.-DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología para este Estudio de Prefactibilidad es parte de un esquema de proyectos turísticos, acoplada a nuestros requerimientos y necesidades. El esquema contiene los siguientes puntos principales: Idea, Identificación y selección de proyectos turísticos, Preparación/elaboración, Ejecución, Operación y mantenimiento, Monitoreo y evaluación, finalmente obtenemos la Situación mejorada, que es lo que se espera cuando se ejecuta el proyecto.

Para la **Evaluación del Potencial turístico** se revisarán fuentes de información secundaria, mapas, fotografías aéreas o terrestres, oficinas de turismo locales y regionales. Luego de hacer el levantamiento de esta información se procederá a realizar un análisis FODA.

Para el levantamiento del inventario del área se realizarán Talleres Participativos, para delimitar la zona turística y centro de operaciones, además se planificarán las salidas de campo. Finalmente se procederá a sistematizar la información, valorar, jerarquizar los recursos y socializar los resultados con la comunidad. Y para complementar este objetivo, se procederá a la zonificación que consiste en identificar y agrupar las áreas con potencial turístico, que

deberán contar con una serie de condiciones como accesibilidad, disposición de servicios básicos, infraestructura básica, etc.

Para el **Estudio de Mercado** se revisarán fuentes de información secundaria como datos estadísticos, estudios de mercado realizados en otras localidades, así como toda la información necesaria que pudieran facilitar las agencias Operadoras del radio de influencia. La información servirá para realizar los siguientes Análisis:

El Análisis de la Demanda: para el Aspecto Cuantitativo se determinarán puntos como la afluencia de visitantes para áreas no desarrolladas turísticamente, el tiempo de estadía y estacionalidad. Para el Aspecto Cualitativo se determinará el Perfil del turista.

El Análisis de la Oferta: se analizará la oferta complementaria y se elaborará el análisis de la competencia.

Y también se realizará para este estudio de mercado: balance oferta demanda, análisis del producto, análisis del precio, análisis de los canales de distribución y comercialización, análisis de la comunicación, recomendaciones y conclusiones.

Para elaborar el **Estudio Técnico** se tomará en cuenta la siguiente información:

-Inventario de Recursos Turísticos para diseñar los itinerarios y paquetes turísticos

-Diagnóstico de las características generales del área, analizada en la evaluación del potencial turístico, para definir la localización del proyecto

-Estudio de Mercado para definir el producto y los subproductos, y determinar las características arquitectónicas, estructurales y diseño del proyecto.

Se determinará además, el proceso productivo, y mediante un “Análisis de Precios Unitarios” (APU), se podrá elaborar el Costeo de Obra y el Calendario de inversiones

Para el **Estudio de Capacidad de Carga** se realizarán evaluaciones de impactos: sobre los recursos naturales y el paisaje, y sobre los recursos económicos, para que dichos resultados sirvan de base para el diseño y elaboración de material didáctico o promocional.

Para elaborar el **Estudio de Organización y Control**, se realizarán talleres con los propietarios del área, en los que se definirá cómo y quién ejecutara el proyecto, mediante la definición de un organigrama estructural que se lo elaborará en conjunto, el mismo que poseerá los siguientes niveles jerárquicos: directivo, administrativo y operativo. Además se realizará el Estudio Legal para que el proyecto turístico en su operación y funcionamiento, prevea los impuestos y controles estatales.

Para realizar el **Estudio Económico y Financiero** del proyecto, se tomarán en cuenta: los egresos, es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para calcular la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en el período de ejecución y los costos operacionales que siguen a la ejecución; y los ingresos para realizar las proyecciones de ventas, y los cálculos de viabilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista.

Finalmente se realizará la **Evaluación del proyecto**, que verificará la viabilidad. Se tomarán en cuenta los estudios de: Mercado y Económico-financiero, y mediante la identificación de los ingresos y egresos del proyecto, se analizará su rentabilidad.

IX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE TRABAJO	CRONOGRAMA MENSUAL																				
	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4			MES 5			MES 6					
ACTIVIDAD																					
1.Elaboración del anteproyecto	x	X																			
2.Presentación del anteproyecto de tesis		X																			
3.Estructuración del equipo de trabajo.			x																		
4.Estudio de potencialidad turística			X	X																	
5.Estudio de mercado					x	x															
6.Estudio de capacidad de carga						x															
7.Estudio de organización y control							x	x													
9.Estudio económico y financiero del proyecto								x	x	x											
10.Evaluación de la factibilidad del proyecto											x	x									
11.Elaboración del cd interactivo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x					
12.Defensa del proyecto de tesis																x	xx				

CAPITULO III

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

X.- ESTUDIOS

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

Para un mejor manejo de la información dentro del estudio del potencial turístico lo dividimos en sus dos principales finalidades.

Turismo Cultural y Turismo de naturaleza.

Análisis del Potencial Turístico Cultural.

Dentro de este, luego de aplicar el método de investigación científica de la observación, y las visitas de campo, conjuntamente con el estudio de fuentes de información secundaria, y primaria, se llego a determinar que existen los siguientes atractivos turísticos culturales potenciales dentro del área determinada tomando en consideración, un radio de influencia no superior a los 30 minutos, ya que posee relación intrínseca con el pueblo de Quebracho Herrado, mismo que se encuentra dentro de dicho radio de influencia:

ATRACTIVOS CULTURALES

1) Atractivo Focal Cultural, “Batalla de Quebracho Herrado”.

Descripción:

“El historiador Carlos Montiel intentó destacar la relevancia de la batalla de Quebracho Herrado recordando que "en Caseros se estima que participaron 46.000 combatientes, en Pavón 39.000, en Cepeda 23.000 y en Quebracho Herrado 10.800 argentinos. Incluso agregó que "en el combate de San Lorenzo sólo intervinieron 370 hombres y en Quebracho hubo más muertos que en la Guerra de las Malvinas. Sin embargo, no se la tiene en cuenta como se debería", advirtió”.

Lo cierto es que su trascendencia residió en que esta batalla dio término a la campaña del ejército libertador y a las esperanzas unitarias de derrocar a Rosas, quien, por el contrario, se afianzó en el poder.

Los hechos históricos marcan la memoria de un pueblo y así es que la batalla de Quebracho Herrado, con sus apenas dos horas de duración, no puede pasar inadvertida por quienes habitan la cercanía del lugar. De eso da fe el monolito ubicado en pleno campo, que no identifica vencedores ni vencidos, sino que es un homenaje a los hombres que dejaron sus vidas en el campo de batalla, en la lucha por mantener sus ideales.

En este mismo lugar, todos los años, cada 28 de noviembre, ningún vecino quiere faltar a la cita para recordar la histórica batalla. Así es que junto a la vieja estación de trenes se organizan distintas actividades, todas ellas con sabor criollo, como muestras de doma y jineteada, pruebas de destreza, danzas y canciones folklóricas, asado y empanadas y, como broche de oro, no podrá estar ausente algún payador que recuerde los versos de Hugo Bagnera que decía: "Diezma la fila unitaria tantas cargas federales, prometiendo a sus rivales largas horas funerarias, cada vez más solitaria la bandera de sus huestes y en el panorama agreste triste de Quebracho Herrado, el campo queda sembrado de chaquetillas celestes".

"En este campo donde fue la batalla, según relató el historiador Julio R. Ubry, no había agricultura, sino pajonales grandes y llenos de hormigueros, arbustos espinosos y algún montecito de quebrachos que no eran de la zona, pero allí se habían formado".

Luego de apoderarse de la ciudad de Santa Fe, Lavalle se dirigió a Córdoba para unirse a las tropas de Lamadrid, y que le proveyeran de caballadas. En tanto, el general Oribe, con un ejército de 5000 hombres de caballería, 1000 de infantería y un escuadrón de indios amigos, lo persiguió tenazmente. Lavalle se retrasó y debió enfrentar solo a las tropas rosistas.

Los dos ejércitos eran numerosos. Oribe, por su parte, estimó el de Lavalle en 4200 combatientes. A su vez, Lavalle decía que Oribe contaba con 5000 hombres de infantería, con 1000 infantes de caballería, toda bien alimentada y reposada.

En el amanecer del 28 de noviembre de 1840, la caravana unitaria distaba a dos leguas de la laguna de Quebracho Herrado, punto donde tenían que hacer

el alto y dar de beber a las tropas y a los caballos, ya que hacía cuatro días que algunos no comían ni bebían.

En esta situación, aproximadamente a las 14 horas, a unos 15 kilómetros al sur de lo que hoy es la localidad, lo atacaron.

Hasta las 16 horas, el combate fue favorable a Lavalle, pero sus escuadrones ya no evolucionaron con la misma fuerza. Lavalle, en lugar de dominar el campo de batalla como general en jefe, prefirió convertirse en un oficial más. Nadie mandaba en la línea unitaria. Cada jefe campeó por sus honores. Al retirarse Lavalle, convencido de haber perdido la batalla, todavía ordenó que se resistiera a pie firme el choque de los enemigos.

El triunfo federal fue absoluto. De los 4200 hombres que componían el ejército unitario, Lavalle en esa jornada perdió 1500 hombres. Según recordó Ubry, de esta lucha que se hizo en varios kilómetros cuadrados, con la participación de casi 11.000 hombres, quedaron "fusiles rotos, sables, bayonetas, machetes, lanzas de hierro, ropas y arneses caídos, Luises de oro, boleadoras indias, balas de cañón". Todo quedó para que el generoso arado las saque a lo largo de años de trabajo. Hoy, son campos de labranza pertenecientes a las familias Ambrosino y Rivero Haedo.

2) Atractivo Complementario Cultural “Pueblo Quebracho Herrado”

Descripción:

Esta ubicado a 20 kilómetros al oeste de la ciudad de San Francisco, muy próximo al límite con la provincia de Santa Fe, localidad cordobesa situada en el departamento San Justo, Córdoba, Argentina.

Está compuesta por 317 habitantes y dista de la Ciudad de Córdoba en 238 km, aproximadamente.

Su principal actividad económica es la agricultura seguida por ganadería, siendo los principales cultivos la soja y el maíz. La producción láctea y el turismo también tienen relevancia en la economía local.

Existen en la localidad un dispensario, una escuela primaria, un puesto policial y un edificio comunal en el cual se efectúan gran parte de las funciones administrativas.

El clima es templado con estación seca, registrándose una temperatura media anual de 25° aproximadamente. En invierno se registran temperaturas inferiores a 0° y superiores a 35° en verano. El régimen anual de precipitaciones es de aproximadamente 800 mm.

Aquí un cartel de grandes dimensiones invita a conocer un pequeño "pueblo con historia". Es que precisamente, Quebracho Herrado es eso, un pueblo mencionado en muchos textos de historiadores argentinos por haber tenido lugar en ese paraje, el 28 de noviembre de 1840, la sangrienta batalla conocida como Quebracho Herrado.

El nombre del lugar se debe a un robusto árbol de quebracho con un hierro clavado en el tronco, que se utilizaba como referencia para delimitar las provincias de Córdoba y Santa Fe. Tal denominación data del primer motivo que llevó al pueblo a los libros de historia: la creación en 1816 del Fuerte Posta, un paso obligado en el camino que unía Córdoba con Santa Fe.

Por las tardes, cuando el sol cae y el trajinar diario se apacigua, los vecinos se concentran en el bar que mira hacia la inmensa plaza central. Allí el entretenimiento obligado es la charla amena entre paisanos, la organización de algún partidito de bochas y la tirada de naipes sobre la mesa rústica de madera, todo ello bañado por algún buen vino o el siempre solicitado vermut.

En tanto, las mujeres prefieren en las tardes cálidas convertir a las veredas en escenario de sus citas entre amigas y allí, sumándose más tarde los varones de la casa, se suceden largas horas de tertulia en las que no falta el mate amargo.

Las calles, apacibles, son en su mayoría de tierra. No se conoce de semáforos ni de tránsito fluido, tampoco hay grandes tiendas ni menos shoppings que se atrevan a reemplazar al almacén de ramos generales en donde la atención al público es una cuestión que se transmite de generación en generación.

Así es Quebracho Herrado, una localidad que nada tendría de diferente a otros asentamientos distribuidos como mojones en los fértiles campos generosos en trigo y soja que afloran en el centro de nuestro país.

3) Atractivo Complementario Cultural “Museo Raúl Machado”

(En alusión al pintor oriundo de estos pagos)

Emplazado por la Agrupación Gaucha “Fortín General Lavalle”, se exhiben balas de fusil y cañón, puntas de lanza, sables, bayonetas y fusiles de todo tipo, que fueron recuperadas por los propietarios de terrenos del lugar como elocuente testimonio histórico de este hecho.

Más allá de los vencedores y vencidos que dejó la batalla de Quebracho Herrado, quienes residen en esta región del país recuerdan con especial sensibilidad esta batalla que dio carácter histórico a un pueblo tan pequeño.

Para referirse al escenario del acontecimiento sólo hay una denominación, paradójica, que evoca al militar vencido: Campo Lavalle. Es así que todos identificarían al espacio donde el ruido de la artillería rompió el aburrido silencio de la llanura.

ATRACTIVOS NATURALES

1) Atractivo Complementario Natural “Museo de Ciencias Naturales Darío Yzurieta”

Descripción:

Elige de forma anual a “La especie de ave del año” para Quebracho Herrado y sus colonias.

Este concurso, cuya primera edición alcanzó un éxito notable, tiene por principal destinatario a las escuelas rurales de Quebracho Herrado.

Su finalidad es visitar las escuelas rurales de la zona para dar a conocer información referida a las aves, su entorno y la problemática del ambiente donde habitan.

Este museo destaca dentro de sus muestras a las especies de aves que son o fueron introducidas en el país y que se las conoce como exóticas, como por ejemplo, gorriones, canarios, calafates, monones, diamantes y catitas africanas, entre otras.

2) Atractivo Focal Natural, Avistamiento de Fauna (aves, mamíferos y reptiles) “Proyecto Cacique del Silencio”

Dentro de los atractivos naturales identificados en el recorrido de la zona se puede observar que existe una gran cantidad de especies de fauna, tanto aves,

algunos mamíferos y reptiles, mismos que son fuente de actividad para el turismo, estas distintas especies coexisten en un mismo hábitat, aspectos que vuelven factible incluirlos dentro de las actividades turísticas que se planifiquen para el proyecto:

AVES:

Descripción:

La Zona Pampeana, por su ubicación y características ambientales posee el 30% de las algo mas de 1000 especies de aves que habitan la República Argentina.

Las aves mas características son las terrestres como el ñandú y diversas clases de perdices o las acuáticas; patos, garzas, gallaretas, así también otras como lechuzas, espineros, carpinteros, calandrias, tachuris, águilas, aguiluchos, arañeros, bandurrias, benteveo, boyeros, cardenales, coluditos, loros, y palomas, entre otros.

MAMIFEROS:

Descripción:

La fauna de la zona incluye mamíferos pequeños y medianos; Zorro, Zorrino, Vizcacha, Coipo, Hurón, Mulita, entre otros.

Como información adicional se sabe que La Liebre Mara (*Odichotis patagonum*) a sido desplazada por la Liebre europea; así mismo tampoco es posible encontrar en la actualidad el característico Puma (*Felis concolor*), uno de los mayores felinos del país, mismo que se encuentra en peligro de extinción.

REPTILES:

Descripción:

Pueblan la zona numerosas especies de reptiles y anfibios; lagarto overo, pequeñas lagartijas, culebras terrestres y acuáticas, ranas y sapos de distintas especies.

3) Atractivo Focal Natural, Flora (bosque de Eucalipto y remanentes arbustivos) “Proyecto Cacique del Silencio”

El nombre de "desierto" dado a esta área obedece a la casi nula presencia de árboles autóctonos y la escasez de agua superficial. En efecto, la flora característica de la "zona pampeana" son los densos y extensos pastizales que cubrían esa inmensa e interminable "pampa", hoy reemplazados por cultivos.

Bosque de Eucalipto:

Descripción:

Eucalyptus globulus / Eucalyptus

Familia: Myrtaceae

Sinónimos: *Eucalyptus gigantea*

Nombre común: Eucalipto blanco, eucalipto azul.

Lugar de origen: Australia y Tasmania

Árbol siempre verde, uno de los árboles de más rápido crecimiento en el mundo que puede alcanzar entre 60 y 100 m de altura, con la corteza blanquecina que se desprende en tiras en los ejemplares adultos. Copa piramidal, alta. Tallos jóvenes tetraédricos, blanquecino-pubescentes. Hojas juveniles opuestas, de base cordada, de color gris-azulado. Las adultas alternas, pecioladas, con la base cuneada, linear-lanceoladas. La textura es algo coriácea y son de color verde oscuro, con la nerviación marcada. Flores axilares, solitarias o en grupos de 2-3, con numerosos estambres de color blanco, altamente aromáticos de color verde-azul. Fruto en cápsula campaniforme de color glauco y cubierta de un polvo blanquecino.

Se multiplica por semillas. Es algo sensible a las sequías prolongadas. Prefiere suelos ligeramente ácidos y frescos. Resiste el frío intenso. Árbol maderero y

medicinal. Sus hojas contienen aceites que destilados se destinan a las industrias químico-farmacéuticas y de confitería.

El aceite de eucalipto posee un aroma refrescante, penetrante y estimulante con reminiscencias medicinales.

Debido a que su enorme sistema de raíces absorbe vastas cantidades de agua, se ha plantado en áreas pantanosas infestadas de malaria para secar el suelo y purificar el aire.

Historia y simbología: “Eu” y “kalypto” vocablos de origen griego significan “bien” y “cubierto” por alusión a sus estambres y “globulus” significa “bola pequeña” refiriendo a la forma de botón de la fruta. Los aborígenes australianos fueron los primeros que utilizaron medicinalmente su aceite esencial. Lo denominaban “kino” y envolvían con sus hojas las heridas graves.

Distribución: Introducido en Europa como especie ornamental hacia 1788. El gobierno francés envió semillas a Argelia en la década de 1850 para desecar terrenos pantanosos en los que existían grandes plagas de paludismo, ya que la gran cantidad de agua que necesita este árbol en su crecimiento produce la deshidratación del terreno y evita así la proliferación de mosquitos transmisores de enfermedades que suelen utilizar este tipo de terrenos como "caldo de cultivo". A partir de esa época se extendió y naturalizó por casi todas las zonas templadas del globo, incluyendo a la Argentina.

Extracción: Son necesarios alrededor de 25 kg. de hojas y ramas jóvenes de eucalipto para producir 0,5 kg. de aceite esencial a través de destilación por vapor.

Características: El Eucalipto es analgésico, antiséptico, antiespasmódico, cicatrizante, desodorante, depurativo, diurético, expectorante, febrífugo, hipoglucemiante, estimulante, vermífugo y vulnerario. Es uno de los mejores aceites para problemas respiratorios. Ayuda a secar la flema y combate la sinusitis. Permite respirar mejor ya que relaja y dilata la musculatura de la tráquea, bronquios y pulmones aliviando las molestias de estados gripales o catarrales, bronquitis, y congestión pulmonar.

El Eucalipto tiene acción antiviral: los rociadores que lo contienen son muy efectivos para neutralizar los gérmenes transmitidos por el aire: cuando dos de sus constituyentes químicos (aromadendreno y felandreno) se ponen en contacto con el aire producen ozono, que dificulta la supervivencia de bacterias. El Eucalipto ayuda a bajar fiebres. En cuanto a la piel es útil para tratar quemaduras, heridas, herpes y ampollas, como crear tejido nuevo. Desodorante. Efectivo como repelente de insectos. Antiséptico urinario, útil en infecciones urogenitales como cistitis. Tiene efecto diurético suave y ayuda a aumentar la excreción de urea. Tiene también propiedades antirreumáticas *Mélica, Panicum, Paspalum, Poa, Setaria y Stipa* y anti neurálgicas. En el aspecto emocional / mental: aclara la mente, favorece la concentración, estimula y despeja, es un respiro de aire fresco, evoca limpieza y abre espacios.

Remanentes Arbustivos:

Descripción:

Estos ecosistemas se encuentran generalmente compuestos por una flora arbustiva en general espinosa, donde muchas especies presentan un alto contenido de materia seca, taninos, flavonoides, entre otras.

Entre las gramíneas, algunas especies de cebadillas como *Bromus brevis* Nees (cebadilla pampeana) y poa (*Poa ligularis* y *Poa lanuginosa*) son especies nativas de esta zona, y de otras especies tales como *Bromus parodii* Covas et Itria (cebadilla intermedia) y *Bromus auleticus* Trin. (cebadilla chaqueña), las cuales no se difunden naturalmente en todo este ambiente, pero sí en determinados sectores.

Del pastizal natural solo quedan relictos con gramíneas, estas especies nativas ya están domesticadas o en proceso de domesticación existiendo remanentes de *Bromus auleticus*, *Bromus parodii*, entre otras.

Estas especies arbustivas nativas van convirtiéndose en especies endémicas en vías de extinción, la actividad antropogénica a logrado casi extinguirlas totalmente de este sector, cambiándola por cultivos productivos como la soja,

trigo y maíz, combinados con otras actividades como la crianza de ganado vacuno, entre otras.

La importancia de este micro-ecosistema radica en que, de este depende la supervivencia de aves, mamíferos, reptiles y otras especies que viven en simbiosis con el mismo, por ello, es necesario mantenerlo y preservarlo para futuras generaciones.

ESTUDIO DE MERCADO

DEMANDA TURISTICA		
SERIE	AÑOS	PAX
1	2002	2.820.039
2	2003	2.995.272
3	2004	3.352.572
4	2005	2.677.311
5	2006	4.113.001
6	2007	4.519.962
7	2008	5.998.774
8	2009	6.592.322
9	2010	9.614.842
10	2011	11.611.651

TURISMO DE NATURALEZA		25% NAC.	75%EXT.
2.426.671	59%	606.668	1.820.003
2.666.777	59%	666.694	2.000.083
3.539.277	59%	884.819	2.654.458
3.889.470	59%	972.368	2.917.103
5.672.757	59%	1.418.189	4.254.567
6.850.874	59%	1.712.719	5.138.156

TURISMO CULTURAL		15% NAC.	85% EXT.
1.686.330	41%	252.950	1.433.381
1.853.184	41%	277.978	1.575.207
2.459.497	41%	368.925	2.090.573
2.702.852	41%	405.428	2.297.424
3.942.085	41%	591.313	3.350.772
4.760.777	41%	714.117	4.046.661

TURISMO EN CORDOBA	
897868	37%
986708	37%
1309532	37%
1439104	37%
2098920	37%
2534824	37%

TURISMO DE NATURALEZA		25% NAC.	75% EXT.
628.508	70%	157.127	471.381
690.695	70%	172.674	518.021
916.673	70%	229.168	687.505
1.007.373	70%	251.843	755.530
1.469.244	70%	367.311	1.101.933
1.774.376	70%	443.594	1.330.782

TURISMO DE CULTURA		15% NAC.	85% EXT.
269.360	30%	40.404	228.956
296.012	30%	44.402	251.610
392.860	30%	58.929	333.931
431.731	30%	64.760	366.972
629.676	30%	94.451	535.225
760.447	30%	114.067	646.380

TURISMO EN SAN FRANCISCO	
89.787	10%
98.671	10%
130.953	10%
143.910	10%
209.892	10%
253.482	10%

TURISMO DE NATURALEZA		25% NAC.	75% EXT.
62.851	70%	15.713	47.138
69.070	70%	17.267	51.802
91.667	70%	22.917	68.750
100.737	70%	25.184	75.553
146.924	70%	36.731	110.193
177.438	70%	44.359	133.078

TURISMO DE CULTURA		15% NAC.	85% EXT.
26.936	30%	4.040	22.896
29.601	30%	4.440	25.161
39.286	30%	5.893	33.393
43.173	30%	6.476	36.697
62.968	30%	9.445	53.522
76.045	30%	11.407	64.638

TURISTAS DIARIOS
264
290
385
423
617
746

TURISMO DE NATURALEZA		25% NAC.	75% EXT.
185	70%	46	139
203	70%	51	152
270	70%	67	202
296	70%	74	222
432	70%	108	324
522	70%	130	391

TURISMO DE CULTURA		15% NAC.	85% EXT.
79	30%	12	67
87	30%	13	74
116	30%	17	98
127	30%	19	108
185	30%	28	157
224	30%	34	190

OFERTA TURISTICA	PAX *PROYECTO
7	38
8	38
8	47
9	48
10	65
10	72

ANALISIS:

El presente Estudio de Mercado fue elaborado a partir de datos generados por la secretaria de Turismo de la Nación, la Oficina de Turismo de Córdoba, el Municipio de Córdoba, y otras agencias e instituciones estatales que emiten información, al respecto, para su mayor certeza y disminución de errores, ha sido comparado con varios organismos regentes del turismo a nivel mundial por ejemplo la OMT, (Organización Mundial de Turismo), y la varias fuentes de información estadística por ejemplo el INDEC, con lo cual aseguramos la veracidad de los datos.

Los cálculos se realizaron, utilizando una serie histórica de 6 años, para asegurar la valides de la proyección hasta el año 2011, la formula aplicada es

la formula de proyección lineal, misma que a sido utilizada en el 99%, de los proyectos de inversión, que han generado éxito a nivel mundial, tal es el caso del “Hotel Sheraton Four Points”, en Buenos Aires, o el proyecto de turismo comunitario “Black Sheep Inn”, en Ecuador, o el “Hotel Marriott”, en Cancún, México, por su mínimo margen de error y su adaptabilidad a las necesidades de los distintos requerimientos de los proyectos y estudios previos a una inversión.

Formula:

$$da = \sqrt{\left(\sqrt{\left(\frac{pa}{pb}\right)}\right)} - 1 = da \Rightarrow \left((1 + da)^n * pa\right) = \text{proyeccion}$$

Descripción:

Pa: ultimo dato de la serie histórico o mas actual

Pb: primer dato de la serie histórica o mas antiguo

n: número de años a proyectarse.

da: dato actual proyectado.

Con estos antecedentes, en este caso en especial, para el tratamiento de la información, se partió desde los números mas generales hasta los más específicos, procurando así, disminuir el margen de error, generando con ella mas exactitud y confiabilidad en este estudio ya que de ello dependerá su éxito o fracaso, aplicando la formula antes mencionada así:

Formula:

$$da = \sqrt{\left(\sqrt{\left(\frac{4113001}{2820039}\right)}\right)} - 1 = da \Rightarrow \left((1 + 4519962)^1 * 4113001\right) = 5998774$$

AÑO 2008 PROYECCIÓN= 5998774. PAX.

También, se ha tomado en cuenta la participación y composición de los turistas, con la finalidad de trabajar con estos perfiles en el diseño, de los productos y servicios mas adecuados de acuerdo a las exigencias de los mismos, es así que la composición mayoritaria de los turista que visitan la zona dentro del radio de influencia poseen las siguientes características:

El sesenta por ciento de los visitantes extranjeros son brasileños, el veinte por ciento, son Chilenos, el seis por ciento esta compuesto por paraguayos, uruguayos y bolivianos, el diez por ciento acceden desde países como Japón, España, y con el cuatro por ciento con una tendencia a la alta se encuentran turistas específicamente estadounidenses.

El turismo interno o nacional generalmente lo practican personas jóvenes entre los 16 a 30 años, en feriados y en menor cantidad en los fines de semana, las fechas de mayor movimiento turístico son vacaciones, verano e invierno, dependiendo de los lugares y sus características, en el caso de córdoba, se mantiene una constante visita de turistas durante casi todo el año lo que provoca que sea una de las provincias con mayor afluencia de turistas durante el año, y por ende con mayores oportunidades para desarrollar proyectos de inversión.

En el caso puntual de San Francisco, existe turistas potenciales, puesto que para esta población los que existen son muy pocos en turismo, pero en base a la investigación de campo, se logro determinar la cantidad de turistas que circulan en la urbe, y cual es su principal motivo de viaje, es así que el mayor movimiento turístico, se registra en las actividades de la feria merco láctea, que aquí se realiza cada año, y en la época de verano, de esta manera detectamos un nicho turístico importante en el cual la competencia esta limitada a ocho hoteles y es literalmente nula en inversiones que manejen este tipo de proyecto de turismo alternativo.

En conclusión, esta información recopilada en este estudio de mercado será aplicada al momento de definir los productos y servicios, la tipología del servicio, y las partes intrínsecas al desarrollo de las actividades dentro del proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO LOCAL

Realizar un estudio de mercado exclusivo dentro del área de influencia del proyecto, tiene como finalidad optimizar aun más la eliminación de errores, al momento de medir la pre factibilidad o no del proyecto, y también al momento de elaborar o diseñar la ingeniería del proyecto o estudio técnico, por esa razón para este estudio, es pertinente contar con este segundo análisis de mercado que posibilita una óptica mas profunda a la realidad de la zona en la cual se pretende generar dicha inversión, procurando así evitar los riesgos y eliminar en lo posible los niveles de incertidumbre.

Para proceder con este estudio, es necesario utilizar los conocimientos estadísticos sobre cálculo de muestreo en base a una población ya definida es así que se utiliza la fórmula mas adecuada, que nos permite obtener los parámetros mas elevados de seguridad y confiabilidad y eliminar en lo posible los errores al momento del muestreo.

En este caso la población es finita, es decir conocemos el total de la población deseásemos saber cuántos del total tenemos que estudiar, la formula a emplearse es la siguiente:

Formula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%).

DATOS POBLACIONALES DE LA CIUDAD DE SAN FRANCISCO

Población total de San Francisco: 59163 habitantes

PEA (Población económicamente activa) 39048 habitantes, equivalentes al 66% de la población general, donde el 26% tienen entre 14 y 29 años; el 36% tienen entre 30 y 44 años; el 38% tienen entre 45 y 60 años.

Con estos antecedentes:

Tomando en cuenta el número de habitantes de la ciudad se estimó conveniente trabajar con la población económicamente activa, entre los 14 y 60 años de edad, este subtotal poblacional nos permite obtener un tamaño muestral más real que engloba a una buena cantidad de representantes de la población, que están considerados dentro del proyecto como demanda potencial turística insatisfecha.

¿San Francisco posee una PEA de 39048 habitantes, cuántas personas se tendrían que estudiar para este estudio de mercado?

Tomando en consideración

- a) Seguridad = 95%
- b) Precisión = 3%
- c) Proporción esperada = 5%

$$n = \frac{39048 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 (39048 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95} = 202$$

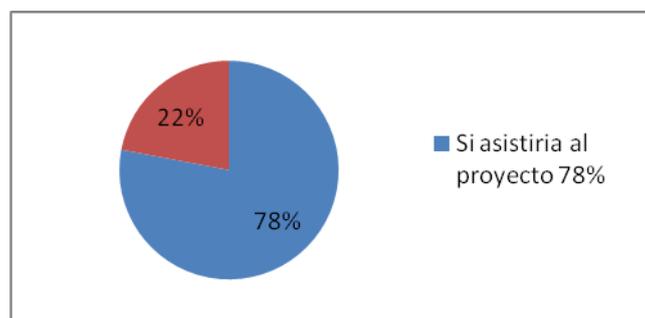
El tamaño muestral para el proyecto es equivalente a 202 personas o unidades de estudio.

Para el análisis de esta muestra se realizó una encuesta en la que se escogió los puntos más sobresalientes que permitan conocer e identificar, las características, intrínsecas del turista, sus condiciones, sus alcances, sus limitaciones, y sus preferencias, en base a los siguientes ítems:

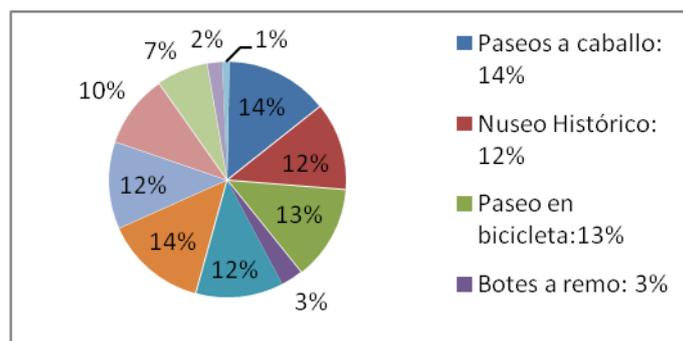
- **Accesibilidad.-** en donde se determina la concurrencia o no de la población hacia el proyecto, en este punto se determina la viabilidad o no del proyecto.
- **Servicios.-** aquí se determina que facilidades de recreación o atractivos que prefieren los turistas al momento de visitar un centro de turismo.
- **Tramo de Gasto.-** se refiere a la economía del turista, este punto permite identificar cuales son los parámetros máximos y mínimos al momento establecer el valor de los atractivos turísticos, de esta manera se puede generar al proyecto en la categoría deseada al momento del lanzamiento al mercado.
- **Frecuencia.-** permite identificar el número de veces que el turista realiza actividades de recreación, con este dato determinamos la cantidad de visitas que podemos recibir con sus respectivos tiempos.
- **Sociabilidad.-** cada persona se estudia como unidad individual, pero este parámetro nos permite analizar el lado humano de la población así determinamos la estructura de las visitas al proyecto.

Los resultados obtenidos de los análisis y tabulación de la encuesta fueron los siguientes:

- **Accesibilidad.**
 - **El 78% de la muestra si estaría dispuesto a asistir a un nuevo centro turístico y recreativo ubicado en el sector Quebracho Herrado. Es decir 158 de 202**

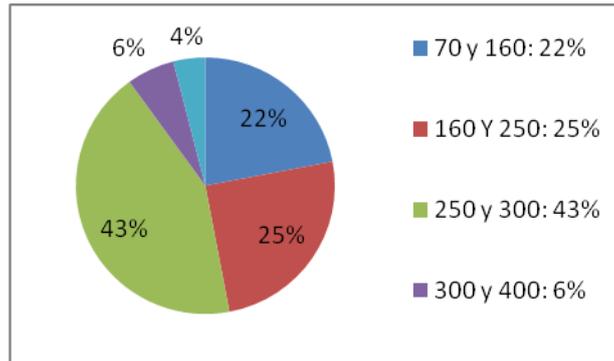


- **Servicios.**
 - **Dentro de los servicios se han establecido varias alternativas para la generación de las actividades turísticas repartiéndose las preferencias en número de pax así:**
 - **Paseos a caballo: 22**
 - **Museo Histórico: 19**
 - **Paseo en bicicleta: 20**
 - **Botes a remo: 5**
 - **Avistamiento de aves: 19**
 - **Lugar de camping: 22**
 - **Caminatas recreativas: 19**
 - **Agrorecorridos: 17**
 - **Pesca deportiva: 11**
 - **Todas las anteriores: 2**
 - **Otros: 2**



- **Tramo de gasto.**
 - **Dentro del tramo de gasto la se obtuvieron las siguientes aportes en número de pax:**

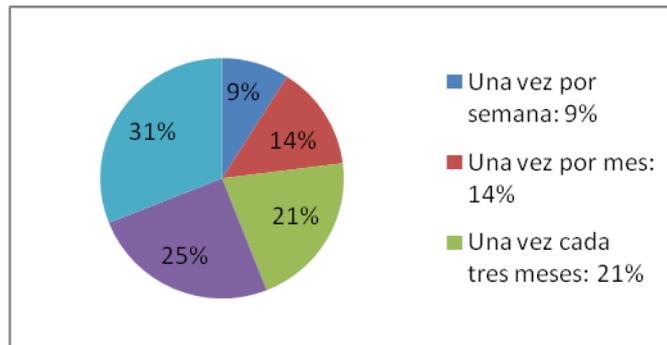
- 70 y 160: 35
- 160 Y 250: 40
- 250 y 300: 77
- 300 y 400: 4
- Mas de 400: 2



- **Frecuencia.**

- Para saber cuantas veces una persona realiza actividades de recreación se plantearon las siguientes alternativas y se obtuvieron los siguientes resultados:

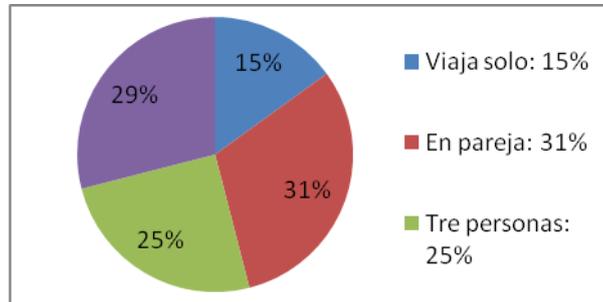
- Una vez por semana: 10
- Una vez por mes: 20
- Una vez cada tres meses: 34
- Una vez cada seis meses: 42
- Una vez cada año: 52



- **Sociabilidad.**

- **Se obtuvieron las siguientes porcentualidades en las opciones de viaje propuestas:**

- **Viaja solo: 20**
- **En pareja: 51**
- **Tre personas: 40**
- **Entre cuatro o mas pax: 47**



La información recopilada en este estudio de mercado será aplicada al momento de definir los productos y servicios, la tipología del servicio, y las partes inherentes al desarrollo de las actividades dentro del proyecto.

ESTUDIO TÉCNICO.

La elaboración de este estudio, se realiza a partir de los resultados obtenidos tanto en el estudio del Potencial Turístico, como en el Estudio de Mercado nacional y local, estos estudios son indicadores de las tendencias marcadas en los turistas potenciales para este proyecto, es así que el diseño de los diferentes productos se define de la siguiente manera:

DISEÑO DE PRODUCTOS TURISTICOS

PERFIL DEL TURISTA.

ACTIVIDAD QUE LE MOTIVA:

El 75% busca actividades de naturaleza, tales como caminatas recreativas, paseos a caballo, Agrorecorridos, paseo en bicicleta, área de camping, y área de campamentación.

TRAMO DE GASTO:

El 60% consta en un tramo de gasto diario, de entre 160 a 300 pesos.

PERMANENCIA:

El 50% desea realizar actividades de un día, mientras que el 40%, desea realizar actividades de campamentación, mientras que el 10% restante busca actividades de alimentación y restaurante por horas.

PREFERENCIA ALIMENTICIA:

El 80% busca comida tradicional de la zona, (asados, pastas, empanadas, mate, entre otros)

NIVEL DE TOLERANCIA:

El 90%, desea realizar actividades de relajación con un nivel de exigencia bajo, de tendencia recreativa, con actividades tradicionales, buscando distraerse de sus actividades cotidianas.

SOCIABILIDAD DEL PROYECTO:

El nivel de sociabilidad con relación a este proyecto es de dos acompañantes por cada principal, y de tres acompañantes por cada dos principales, de esta manera queda estructurada la asistencia en grupos de tres personas, y grupos de cinco personas, sean estos grupos familiares o no.

TIPOLOGIA DEL SERVICIO

CATEGORÍA: Alojamiento

TIPO: Extra hotelero

SUBTIPO: Hacienda

TIPO DE PROYECTO:

"HOSPEDERÍA Y GRANJA INTEGRAL DE PRÁCTICAS TURISTICAS,
RECREATIVAS Y PRODUCTIVAS"

En la base de esta tipología se han definido los siguientes productos:

PRODUCTO UNO

**NOMBRE: "CAMINATAS RECREATIVAS POR SENDEROS
AUTOGUIADOS"**

Comprende:

- Hospedaje en la granja integral.
- Alimentación con productos de la granja integral.
- Actividades de interpretación ambiental.
- Por la mañana, recorridos por senderos auto guiados de distinta duración con explicaciones de las especies de flora y fauna del proyecto.
- Visita al lugar exacto donde se sucedió la batalla de Quebracho Herrado.

- Por la tarde actividades de relajación masajes y terapias armonizantes basadas en esencias aromáticas de eucalipto, y piedras calientes.
- Por la noche actividades de integración, con fogata y relatos sobre la batalla de Quebracho Herrado.

PRODUCTO DOS

NOMBRE: "RECORRIDOS RECREATIVOS EN PROYECTOS PRODUCTIVOS"

Comprende:

- Hospedaje en la granja integral.
- Alimentación con productos de la granja integral.
- Actividades de aprendizaje de las técnicas utilizadas en las distintas áreas de producción.
- Por la mañana, recorridos de distinta duración por las áreas de producción y experimentación con explicaciones y prácticas sobre las diversas técnicas y métodos empleados en los mismos.
- Visita al lugar exacto donde se sucedió la batalla de Quebracho Herrado.
- Por la tarde actividades deportivas (básquet, fútbol, vóley), y de relajación con masajes a base de piedras calientes y aroma terapia.
- Por la noche actividades de integración, con fogata y relatos sobre la batalla de Quebracho Herrado.

PRODUCTO TRES

NOMBRE: "CABALGATAS, CAMPAMENTACIÓN Y AVISTAJE DE AVES"

Comprende:

- Alojamiento en carpas tipo iglú.
- Alimentación personalizada tipo travesía, basada en los requerimientos básicos de cada pax.

- Por la mañana:
 - Visita Al museo de Ciencias Naturales Darío Yzurieta, con explicación de las distintas actividades que aquí se realizan, y de las distintas especies de aves que se encuentran en sus muestras.
 - Recorrido por las calles del pueblo de Quebracho Herrado y sus lugares más importantes.
 - Visita al lugar exacto donde se sucedió la batalla de Quebracho Herrado.
 - Actividades de interpretación ambiental.

- Por la tarde:
 - Recorridos a caballo dentro de las zonas productivas del proyecto.
 - Cabalgata de avanzada, hacia los lugares determinados para el avistamiento de aves, de costumbres diurnas y nocturnas dentro del proyecto.
 - Avistamiento de aves representativas de la zona.

- Por la noche:
 - Instrucción y principios básicos de técnicas de campamentación y supervivencia, preparación del campamento.
 - Actividades de relajación corporal y meditación trascendental, relativa al medio ambiente.

PRODUCTO CUATRO

NOMBRE: “CAMPING Y CICLOPASEO”

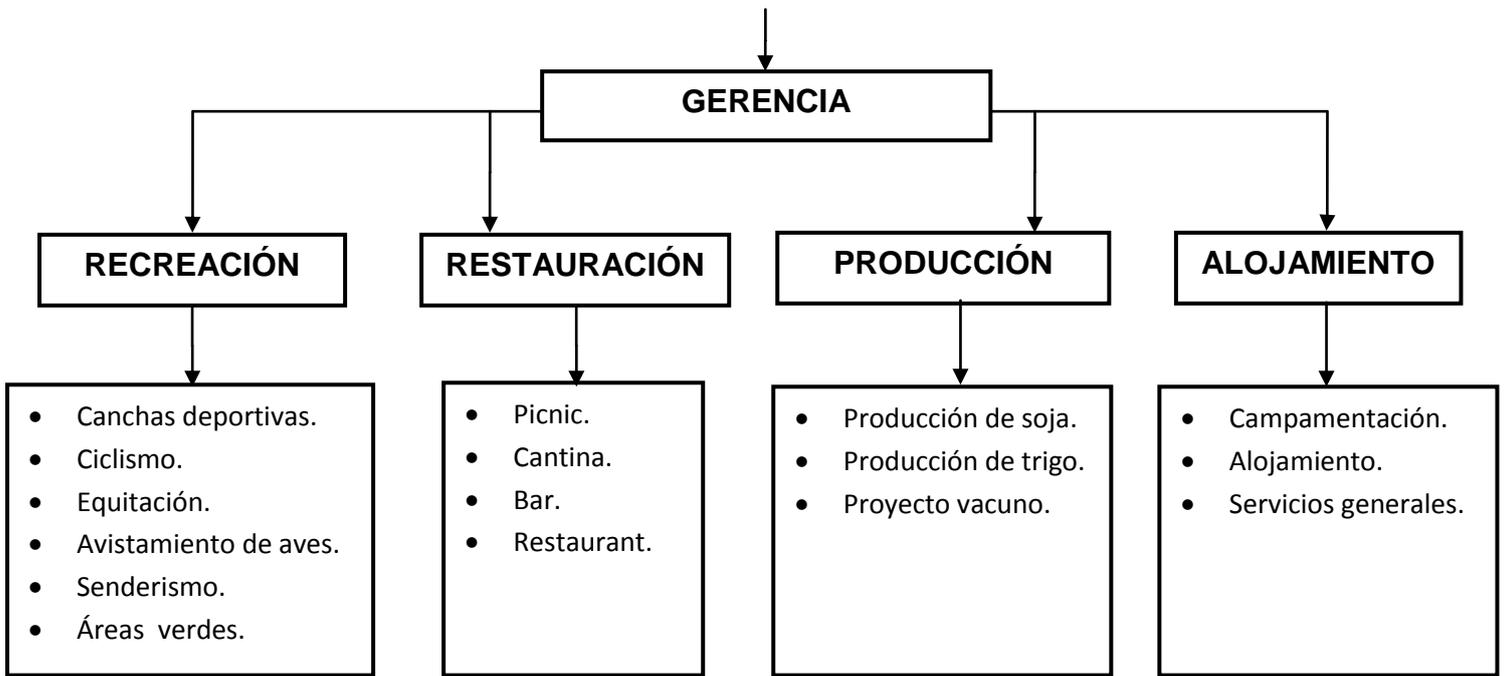
Comprende:

- Visita al museo Raúl Machado, descripción de las distintas actividades que este realiza y de las muestras que este posee, con una reseña histórica de la Batalla de Quebracho Herrado.
- Visita al lugar exacto donde se sucedió la batalla de Quebracho Herrado.
- Actividades de interpretación ambiental, con respecto a las especies del proyecto.
- Recorridos en bicicleta, dentro de las áreas del proyecto, con una exigencia entre relax a moderado.
- Día de campo:
 - Recreación en áreas de picnic familiar.
 - Parrilla para cocción de alimentos.
 - Parque con juegos Infantiles.
 - Parques y jardines ornamentales.

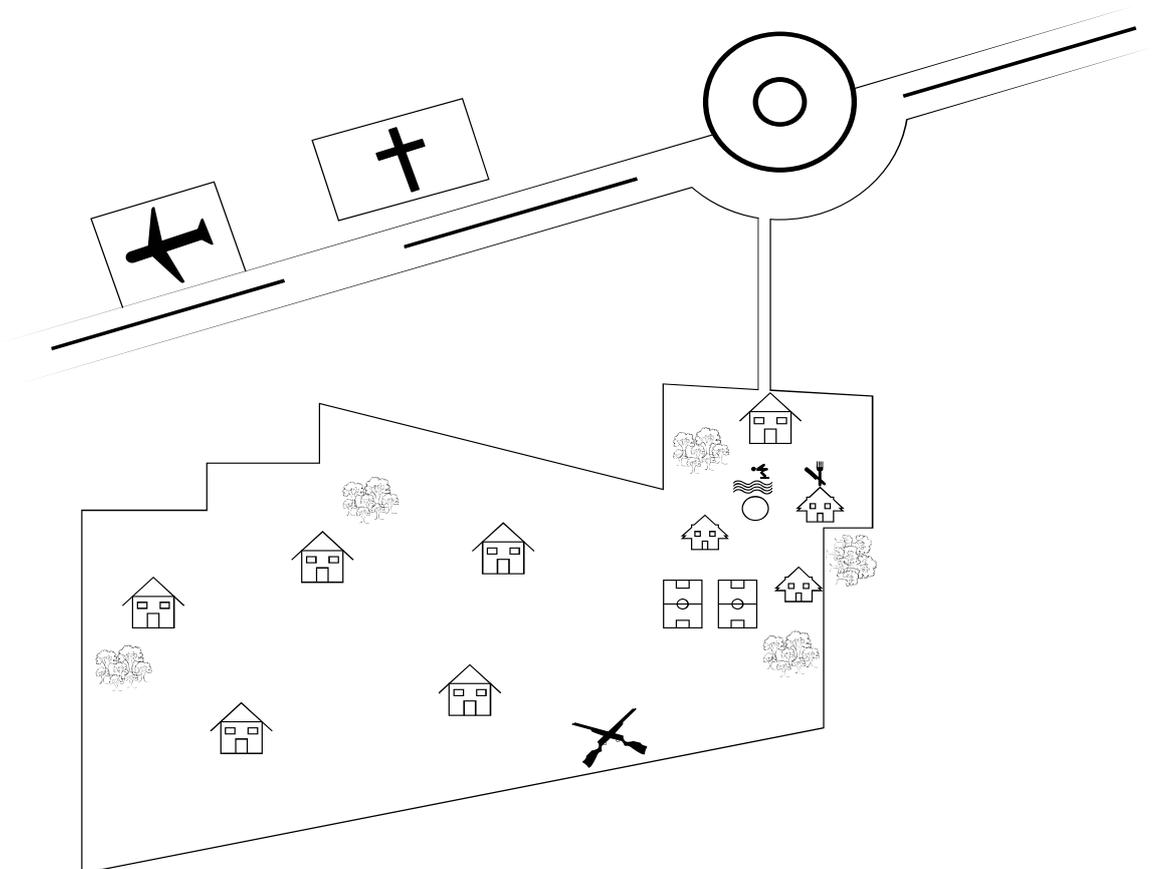
ZONIFICACIÓN DEL PROYECTO

Para que los productos descritos anteriormente se puedan desarrollar de forma segura y sin inconvenientes es necesario tener claramente diferenciadas las áreas en las que se van a desarrollar las distintas actividades que requieren los mismos, es así que se ha determinado las siguientes zonas:

ADMINISTRACIÓN



USOS DEL SUELO



ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA

Se refiere a la capacidad espacial del proyecto “cacique del Silencio”, y de su infraestructura para acoger las distintas actividades ecoturísticas. La cantidad de espacio disponible es inalterable, sólo se puede mejorar su utilización mediante un aprovechamiento más racional y planificado del mismo. En cuanto a las infraestructuras, su capacidad y rendimiento es siempre mejorable en función al factor económico que se destine para ello, de acuerdo a la metodología planteada por Boo E. 1990. Ecoturismo: Potenciales y escollos. World Wildlife Fund & The Conservation Foundation. Washington, D.C., se aplica las siguientes formulas:

$$CCF = (Ef * Nv)2$$

$$Ef = ((S * C) * K) + d$$

$$S = (So + Sr)$$

$$C = \left(\frac{Px}{Pr} \right)$$

$$K = (\text{grupos})$$

$$d = (\text{espacios})$$

$$Nv = (1;2;3)$$

$$S = (1 + 1) = 2m$$

$$C = \left(\frac{47}{4} \right) = 12 \text{ pax}$$

$$Ef = ((2 * 12) * 4) + 150 = 246m$$

$$CCF = (246 * 3) * 2 = 1476 \text{ pax.}$$

CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA EXTERNA = 1476 PAX EN 246M.

$$CCA = (Ef * f)$$

$$Ef = ((S * C) * K) + d$$

$$S = (So + Sr)$$

$$C = \left(\frac{Px}{Pr} \right)$$

$$K = (\text{grupos})$$

$$d = (\text{espacios})$$

$$f = (\text{frecuencia CCF})$$

$$Nv = (1;2;3)$$

$$S = (2 + 3) = 5m$$

$$C = \left(\frac{47}{4} \right) = 12 \text{ pax}$$

$$Ef = ((5 * 12) * 4) + 75 = 315m$$

$$MAX - CCA = (315 * 6) = 1890m.$$

CAPACIDAD DE CARGA ALOJAMIENTO REAL= 48PAX EN 315m, MAXIMA ESTIMADA=1476 PAX EN 1890M.

Descripción:

Para saber cual es el espacio físico externo, requerido en el proyecto se considera que, si una persona ocupa 1m²., y requiere 1m. de suelo, cada grupo compuesto de 12 personas necesitará 24m. del mismo. Si la distancia entre grupos es de 50 m. donde puedan realizar la actividad los cuatro productos turísticos simultáneamente, caben perfectamente en 246m. toda la potencialidad turística establecida para el proyecto en el estudio de mercado, entonces la capacidad de carga física será la distancia de 246m. multiplicado por el número de visitas. Entonces una persona podría hacer varias visitas al proyecto, mínimo una máximo tres al día, de lo que resulta que en el sendero **físicamente** puede permitir 738 personas al día, sin interferencias, y tomando en cuenta que el flujo de visitantes realiza la visita en dos sentidos la capacidad de carga física total sería de 1476.

De lo que se concluye que el proyecto dentro de su área física puede tolerar sin problemas un máximo de 1476, pax, en un espacio físico de 246m.

Superando así por 1429 pax, a los esperados para el proyecto por lo que este estudio de capacidad de carga demuestra que si es factible la realización de este proyecto.

Para saber cual es el espacio físico en alojamiento, requerido en el proyecto se considera que, si una persona ocupa $2m^2$., y requiere 3m. de suelo, cada grupo compuesto de 12 personas necesitará 60m. del mismo. Si la distancia entre las infraestructuras es de 25 m. donde puedan realizar las actividad de hospedaje los cuatro productos turísticos simultáneamente, caben perfectamente en 315m. toda la potencialidad turística establecida para el proyecto en el estudio de mercado, entonces la capacidad de carga física en alojamiento será de 48 huéspedes en una distancia de 315m.

Asumiendo que la carga física en alojamiento se iguale a la carga física externa, se requeriría un área de 1890m, para alojar a 1476 pax.

De lo que se concluye que el proyecto dentro de su área física externa y de alojamiento en su nivel máximo esperado puede tolerar sin problemas a 1476, pax, en un espacio físico total de 2186m.

Por lo que con este estudio se comprueba plenamente la factibilidad para la inversión en este proyecto.

ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL

El proyecto “Cacique del Silencio” es una empresa o agente económico y como tal, toma las decisiones sobre la generación de actividades recreativas y productivas, necesarias previa la obtención de los productos turísticos, a ofrecer en el mercado.

La actividad recreativa consiste en la adecuación y transformación, de distintos elementos, tanto materiales como naturales, mediante el empleo de recursos

humanos y técnicos, en unidades aptas para generar recreación y esparcimiento.

La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios sean estos materias primas y productos semielaborados, en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos, básicamente mano de obra y capital.

Los productos turísticos como tales, se diseñan a partir de las necesidades y requerimientos que se determinan en el perfil del turista, paralelamente a ello juntamos, a cada uno de los elementos de las actividades recreativas, y de las actividades de producción, con ciertos elementos propios de la actividad turística como el alojamiento, la alimentación, el servicio, y obtenemos un producto turístico terminado, similar al de cualquier empresa de producción, con la diferencia de que este se empieza a consumir a partir de su generación, es decir que no se puede almacenar, llevar a casa, ni cambiar por otro, esto sucede porque la percepción de bienestar o satisfacción adquirida por el turista depende de la calidad con que se generen cada uno de los elementos que forman parte de dicho producto, es así que para que un producto turístico tenga éxito en el mercado, debe cumplir con un exigente nivel de organización y control, tanto de los recursos materiales como de los recursos humanos, que intervienen en el mismo, puesto que si uno de estos falla o es de mala calidad se convierte en un factor determinante que impediría el normal y exitoso proceso de entrega y desarrollo del producto turístico, que por ende se vería reflejado en la insatisfacción del turista, y con ello en el fracaso del proyecto como tal.

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de un buen sistema de organización y control que le permita, saber cada uno una de las responsabilidades de sus colaboradores y del alcance que poseen los mismos dentro de su área específica, tomando en consideración que todos los esfuerzos deben estar direccionados a captar recursos financieros.

El proyecto requiere para su buen funcionamiento, de personas e intereses ligados entre sí mediante relaciones contractuales que reflejan una promesa de colaboración.

Desde esta perspectiva, la figura del inversionista o empresario aparece como una pieza básica, pues es el elemento conciliador de los distintos intereses. El empresario o inversionista es la persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de la dirección: organizar, planificar y controlar. En este caso el origen del proyecto se basa en una idea innovadora sobre los usos del recurso biótico, abiótico y productivo, de forma que el empresario actúa como agente difusor del desarrollo económico.

En este caso se encuentran unidas en una única figura el empresario-administrador, el empresario que asume el riesgo y el empresario innovador.

Esta situación es característica de los proyectos familiares y, en general, de las PYMES.

El empresario actual es un órgano individual o colegiado que toma las decisiones oportunas para la consecución de los objetivos y es el que coordina el entramado interno de la empresa con su entorno económico y social.

LA ORGANIZACIÓN.

Hay tres formas fundamentales de organización: la propiedad individual, la sociedad colectiva y la sociedad anónima.

Para este proyecto se plantea la propiedad individual, combinado con una sociedad colectiva, es decir, que siendo propiedad de una persona, que lógicamente tiene pleno derecho a recibir los beneficios, o pérdidas que genere el proyecto, esta no responde a un criterio único, sino que este será el resultado de un proceso de negociación desarrollado en consenso con los profesionales colaboradores mas cercanos y confiables dentro del proyecto.

EL CONTROL

El control ha sido definido bajo dos grandes perspectivas, una perspectiva limitada y una perspectiva amplia.

Desde la perspectiva limitada, el control se concibe como la verificación a posteriori de los resultados conseguidos en el seguimiento de los objetivos planteados y el control de gastos invertido en el proceso realizado por los niveles directivos donde la estandarización en términos cuantitativos, forma parte central de la acción de control.

Todo esto lleva a pensar que el control es un mecanismo que permite corregir desviaciones a través de indicadores cualitativos y cuantitativos dentro de un contexto social amplio, a fin de lograr el cumplimiento de los objetivos claves para el éxito organizacional, es decir, el control se entiende no como un proceso netamente técnico de seguimiento, sino también como un proceso informal donde se evalúan factores culturales, organizativos, humanos y grupales, ya que forma parte del proceso de administración, que permite verificar, constatar, palpar, medir, si la actividad, proceso, unidad, elemento o sistema seleccionado está cumpliendo y/o alcanzando o no los resultados que se esperan.

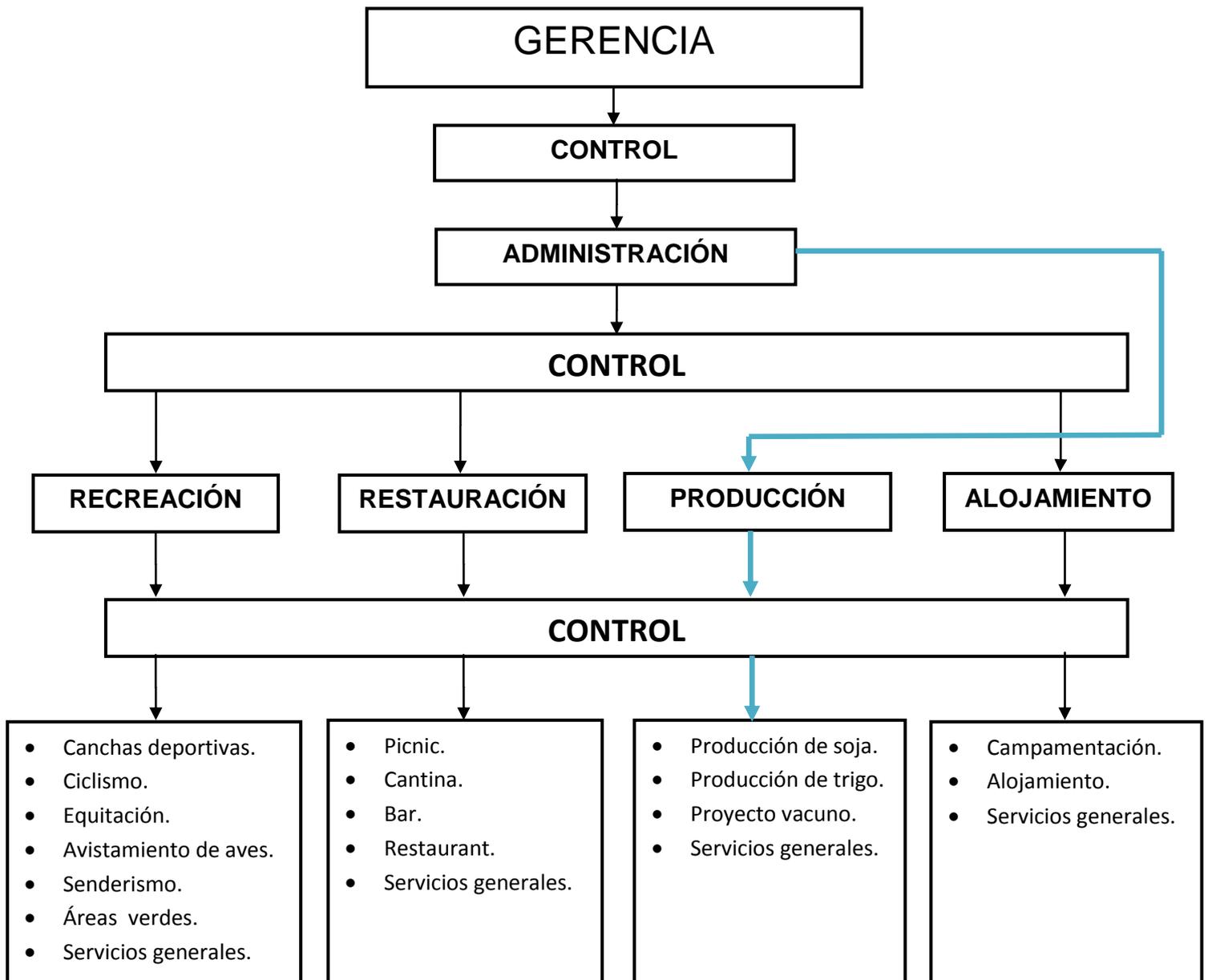
El proyecto “Cacique del Silencio” permite generar mecanismos de control e incentivación de los gestores con autonomía directiva que aminora las pérdidas por comportamientos inconscientes con sus objetivos.

Entre los elementos que contribuyen a ejercitar el control destacan:

- a. El control de resultados y la auditoria interna, esto es, la investigación periódica de las actividades desarrolladas por la empresa o sus divisiones con el objetivo de identificar las desviaciones respecto al comportamiento considerado optimo.
- b. La competencia dentro del proyecto mediante la comparación de los resultados de las distintas divisiones.
- c. La principal área de control es el área de producción es aquella donde se prestan los servicios, por ende en el proyecto el control se ejerce sobre todas las actividades que forman parte de los productos, ya que este se genera a partir de las actividades individuales, y se desarrolla y entrega en las áreas mismas de producción.

La estructuración de un plan de organización y control es eficaz si le permite al personal contribuir a los objetivos del proyecto, con un mínimo de consecuencias o costos no deseados.

Con estos antecedentes, se establece el siguiente organigrama organizacional que permite ver los distintos niveles jerárquicos, con sus respectivas funciones y responsabilidades, mas las unidades donde se ejecutan los puntos de control.



DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES.

Gerencia.- será la persona encargada, de la parte administrativa del proyecto, a su responsabilidad se encuentran, las decisiones que pudieran generar cambios en la base del proyecto y en cualquiera de sus componentes, está también a cargo de la parte económica y contable, realiza las inversiones y estudios necesarios para mejorar el proyecto, mantiene a punto la estructura organizacional y ejecuta actividades de control sobre todas las unidades del proyecto a través de la administración.

Administración.- tiene a su responsabilidad la parte operativa del proyecto, es decir de ella depende el buen funcionamiento de cada una de las unidades, toma decisiones sobre los mecanismos mas adecuados dentro de la generación de las actividades de los productos turísticos, y organiza las actividades turísticas con respecto a tiempos y espacios, ejerce la actividad de control sobre todos los recursos humanos y materiales que se encuentran bajo su mando, y emitirá informes periódicos a la gerencia sobre su actividad o cuando esta lo requiera.

Unidad de Recreación.- es la responsable directa de mantener en buen funcionamiento las instalaciones para su efecto, adicionalmente serán responsables del bienestar de los equinos que intervienen en el desarrollo de las actividades, y deberán velar que los visitantes respeten las normas de seguridad, manteniendo siempre los procesos organizativos y de control planteados por la administración, y de la misma forma se deberán rendir informes periódicos sobre sus actividades o cuando esta los requiera.

Unidad de Restauración.- es la responsable directa de mantener en buen funcionamiento las instalaciones para su efecto, adicionalmente serán responsables del bienestar de los turistas en el desarrollo de las actividades de restauración en cualquiera de sus formas, y deberán velar que los visitantes respeten las normas de seguridad, ejercerán un estricto control de calidad sobre los insumos utilizados en la elaboración de los alimentos, manteniendo siempre los procesos organizativos y de control planteados por la administración, y de la misma forma se deberán rendir informes periódicos sobre sus actividades o cuando esta los requiera.

Unidad de Producción.- dentro del esquema propuesto y por ser un proyecto de tipo alternativo la unidad de producción que directamente superditada, a las decisiones que tome la gerencia, es decir que la administración no interviene sobre los procesos productivos, ni estos intervienen sobre los procesos generados para las actividades turísticas, de todas formas se sugiere que esta unidad siempre preste las facilidades necesarias para el buen desarrollo de las actividades turísticas sobre todo dentro de los recorridos planteados dentro de sus áreas.

Unidad de Alojamiento.- es la responsable directa de mantener en buen funcionamiento las instalaciones para su efecto, adicionalmente serán responsables del bienestar de los turistas en el desarrollo de las actividades de alojamiento en cualquiera de sus formas, y deberán velar que los visitantes respeten las normas de seguridad, ejercerán un estricto control de calidad sobre los insumos utilizados en esta actividad, manteniendo siempre los procesos organizativos y de control planteados por la administración, y de la misma forma se deberán rendir informes periódicos sobre sus actividades o cuando esta los requiera.

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

Es uno de los puntos más trascendentales dentro del estudio, hace referencia a los aspectos económicos, sea la cantidad de dinero que se debe invertir para arrancar con el proyecto, la recuperación de dicha inversión, los costos gastos, y pormenores que implicaría en términos monetarios este proyecto.

IMVERSIONES	Costo Anual	Aporte	Financiar
1. INVERSIONES FIJAS	155680	46522	109158
Suministros de oficina	476	476	0
Maquinaria y equipos	20700	3105	17595
Muebles y enseres	3309	496	2813
Equipos Oficina	4900	4900	0
Edificios	75000	11250	63750
Vehículos	50000	25000	25000
Menage	1295	1295	0
2. INVERSIONES DIFERIDAS	5600	5600	0
Gastos pre operativos	1000	1000	0
Permisos	500	500	0
Licencias	600	600	0
Gastos Instalaciones	2000	2000	0
Gasto Constitución	1500	1500	0
3. CAPITAL DE TRABAJO	69992	69992	0
Mano Obra Directa	26920	26920	0
Indirectos	28684	28684	0
Gasto Administración	43072	43072	0
TOTAL INVERSIONES	231272	122114	109158
PORCENTAJES %	231272	52,80%	47,20%

TABLA DE RESUMEN		
TOTAL INVERSIÓN	231272	100%
TOTAL APOORTE	122114	52,80%
TOTAL A FINANCIAR	109158	47,20%
IMPREVISTOS 1%		\$ 2.313

ACTIVOS

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	Frecuencia COMPRA	VALOR ANUAL
Almohadilla Plástica	1,50	3	4,5
Caja de clips (100u)	3,00	3	9
Grapas	3,00	2	6
Papel Carbón	10,00	2	20
CD	5,00	8	40
Agenda	25,00	4	100
Engrampadora Kw 5760	24,00	2	48
Facturas	12,00	4	48
Marcador tiza líquida	5,00	4	20
Papelera metal 3 servicios	30,00	2	60
Perforadora Kw 9670	15,00	2	30
Resma papel A4	15,00	5	75
Tinta almohadilla	5,00	3	15
Total	154		476

MÁQUINAS Y EQUIPOS CABAÑAS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Televisor	3	2300	6900
Cocina industrial	1	1600	1600
Horno industrial	1	1500	1500
Horno microondas	1	300	300
Licuadaora	1	620	620
Batidora	1	500	500
Congelador	1	2100	2100
Equipo de sonido	1	2180	2180
Caja registradora	1	1600	1600
Refrigerador	1	3400	3400
Total		16100	20700

MUEBLES Y ENCERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Silla tipo habitación	12	45	540
Cama litera 1 plaza	6	300	1800
Velador	6	60	360
Closet	3	65	195
Sofá	3	90	270
Mesa de centro	3	48	144
Total		608	3309

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PC Intel Core dos duo	1	4300	4300
Impresora lexmark Z35	1	240	240
Teléfono	1	80	80
Fax	1	280	280
Total		4900	4900

MENAGE			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuadros decorativos	6	28	168
Lámparas de noche	3	30	90
Metros de cortina	24	12	288
Ceniceros	6	5,0	30
Utensilios de baño	13	5	65
Mesen place	12	35	420
Flores artificiales / Mesas	3	8	24
Lámpara de pared	6	35	210
Total		158	1295

VEHÍCULOS	
toyota hi lux 4x4	50000
Total	50000

EDIFICIOS	
Construcciones alternativas	35000
Obra Civil	40000
TOTAL	75000

INDIRECTOS

HERRAMIENTAS DE ASEO			
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	Frecuencia COMPRA	VALOR ANUAL
Trapeador	10,00	2	20
Desinfectante	14,00	6	84
Escobas	10,00	2	20
Limpia vidrios	12,00	6	72
Paños de Limpieza	9,00	18	162
Basureros	28,00	4	112
Total			470

CUADRO RESUMEN INDIREC/ANUAL	
RUBRO	2007
Herramientas de aseo	470
M.O. Indirecta	25574
Agua potable	720
Luz eléctrica	1080
Teléfono	720
Internet	120
TOTAL	28684

SERVICIOS BASICOS		
RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	60	720
Luz eléctrica	90	1080
Teléfono	60	720
Internet	10	120
TOTAL	220	2640

MANO DE OBRA

NOMINA DEL PERSONAL (US\$)							
CARGO	SUELDO	SUELDO	OBRA	C. TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
	NOMINAL	ANU - COM	SOCIAL 8%	ANU- O SOC	R.H.	MENS.SALAR	ANUAL
ADMINISTRADOR	1200	600	96	1152	1	1346	16152
RECEPCIONISTA	1000	500	80	960	1	1122	13460
CAMARERA	1000	500	80	960	1	1122	13460
GUIA	1000	500	80	960	1	1122	13460
COCINERO	1000	500	80	960	1	1122	13460
MESERO	900	450	72	864	1	1010	12114
CHOFER	1000	500	80	960	1	1122	13460
TOTAL	7100	3550	568	6816	7	7964	95566

Mano de Obra Directa	
CARGO	ANUAL
GUIAS	13460
COCINERO	13460
Total	26920

Mano de Obra Indirecta	
CARGO	2007
CAMARERAS	13460
MESERO	12114
Total	25574

Gastos Administrativos	
CARGO	2007
ADMINISTRADOR	16152
RECEPCIONISTA	13460
CHOFER	13460
Total	43072

FINANCIAMIENTO

PLAN DE CREDITOS	
INSTITUCIÓN	BANCO
TIPO	BANCARIO
TASA	12,5%
MONTO	81345
PLAZO	8 años
PERIODOS DE GRACIA	2
FORMA DE PAGO	Semestral

MAQUINARIAS Y EDIFICIOS

Nº PAGO	MONTO	CAPITAL	INTERES	CUOTAS / PAGO
1	81345		5084,06	5084,06
2	81345		5084,06	5084,06
3	81345	5810	5084,06	10894,42
4	75535	5810	4720,92	10531,27
5	69724	5810	4357,77	10168,13
6	63914	5810	3994,62	9804,98
7	58104	5810	3631,47	9441,83
8	52293	5810	3268,33	9078,68
9	46483	5810	2905,18	8715,54
10	40673	5810	2542,03	8352,39
11	34862	5810	2178,88	7989,24
12	29052	5810	1815,74	7626,09
13	23241	5810	1452,59	7262,95
14	17431	5810	1089,44	6899,80
15	11621	5810	726,29	6536,65
16	5810	5810	363,15	6173,50
TOTAL	81345	81345	38130	119475

PLAN DE CREDITOS	
INSTITUCIÓN	COMERCIAL
TIPO	CASA COMERCIAL
TASA	13,5%
MONTO	2813
PLAZO	3 AÑOS
PERIODOS DE GRACIA	0
FORMA DE PAGO	Trimestral

MUEBLES Y ENCERES

Nº PAGO	MONTO	CAPITAL	INTERES	CUOTAS / PAGO
1	2813	194,67	94,26	288,9
2	2618	201,26	87,66	288,9
3	2417	208,08	80,85	288,9
4	2209	215,13	73,80	288,9
5	1994	222,41	66,51	288,9
6	1771	229,95	58,98	288,9
7	1541	237,73	51,19	288,9
8	1303	245,78	43,14	288,9
9	1058	254,11	34,82	288,9
10	804	262,71	26,21	288,9
11	541	271,61	17,32	288,9
12	269	289,93	-1,00	288,9
TOTAL	2833,38	2833,38	633,75	3467,12

PLAN DE CREDITOS	
INSTITUCIÓN	AUTOS
TIPO	CONSECCIONARIA DE VEHICULOS
TASA	19,0%
MONTO	45000
PLAZO	4 AÑOS
PERIODOS DE GRACIA	2
FORMA DE PAGO	BIMENSUAL

VEHICULOS

Nº PAGO	MONTO	CAPITAL	INTERES	CUOTAS / PAGO
1	45000		1425,00	1425,00
2	45000		1425,00	1425,00
3	45000	2813	1425,00	4237,50
4	42188	2813	1335,94	4148,44
5	39375	2813	1246,88	4059,38
6	36563	2813	1157,81	3970,31
7	33750	2813	1068,75	3881,25
8	30938	2813	979,69	3792,19
9	28125	2813	890,63	3703,13
10	25313	2813	801,56	3614,06
11	22500	2813	712,50	3525,00
12	19688	2813	623,44	3435,94
13	16875	2813	534,38	3346,88
14	14063	2813	445,31	3257,81
15	11250	2813	356,25	3168,75
16	8438	2813	267,19	3079,69
17	5625	2813	178,13	2990,63
18	2813	2813	89,06	2901,56
TOTAL		45000	12113	57113

PERIODOS DE RECUPERACIÓN

PAX DIARIOS	PDO- APT. ANUAL	TOT. DIARIO	TOT BRUT * PAX	INGRESOS AÑO 1
47	340	680	\$ 15	\$ 59.376
			\$ 57	12 PAX CAP INI
INGRESO AÑO 2	INGRESO AÑO 3	INGRESO AÑO 4	INGRESO AÑO 5	INGRESO AÑO 6
\$ 118.753	\$ 178.129	\$ 237.506	\$ 296.882	\$ 356.259
INGRESO AÑO 7	INGRESO AÑO 8	INGRESO AÑO 9	INGRESO AÑO 10	
\$ 415.635	\$ 475.012	\$ 534.388	\$ 593.765	

BALANCE GENERAL PREVIO

BALANCE GENERAL			
ACTIVO FIJO	155680	PASIVO	109158
ACTIVO DIFERIDO	5600		
TOTAL ACTIVOS	181280	PATRIMONIO	122114
CAPITAL DE TRABAJO	69992		
TOTAL ACT+ CAP TRAB	231272	TOTAL PAS+PAT	231272

ANÁLISIS DEL ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO:

El análisis económico financiero es un reflejo de las posibilidades reales de instauración del proyecto, de el depende en buena medida el éxito o no del mismo, por ello se lo elaboró considerando hasta las variables mas pequeñas, con la finalidad de eliminar la mayor cantidad de errores posibles, así:

se puede determinar que **si es factible** invertir en este proyecto ya que este estudio a reflejado que existen 47 turistas potenciales y que cada uno de ellos aportará para el proyecto un total de 14 pesos, considerando que el total de la inversión es de 231272 pesos, de los cuales se propone que se inviertan de fondos **propios** 122114, pesos que equivalen al **52,80%** y que se financien en distintas entidades económicas como bancos y casas comerciales **109158** pesos, equivalentes al **47,29%**, del total de la inversión, más el **1%**, (2313 pesos) del total que se destina a imprevistos.

Con los parámetros establecidos, y los resultados obtenidos en este estudio se supone una recuperación total de la inversión para el cuarto año, con un monto de 237506 pesos, que no solo cubre el total de la inversión sino que lo supera con 6234 pesos equivalentes al **2,7%**.

Dentro de estos valores se a procurado incluir todos los detalles que generen una emisión económica, como se puede observar en el detalle de los cuadros anteriores se hace constar todos y cada uno de los ítems que van a ser utilizados en la prestación de servicios.

Luego de este análisis queda demostrado que es factible invertir en el proyecto "Cacique del Silencio", ya que es rentable y no contiene riesgos o impericias económicas en su desarrollo.

TABLA DE RESUMEN		
TOTAL INVERSIÓN	231272	100%
TOTAL APORTE	122114	52,80%
TOTAL A FINANCIAR	109158	47,20%
IMPREVISTOS 1%		\$ 2.313

CAPITULO IV

RESULTADOS

XI.- ANALISIS DE FACTIBILIDAD.-

Para medir la factibilidad del proyecto, se debe empezar por responder la siguiente pregunta, ¿es factible generar una inversión económica turística, en el sector Quebracho Herrado?, para ello se empieza revisando los resultados obtenidos en cada uno de los estudios realizados para este fin, así los estudios del proyecto “Cacique del Silencio”, están visualizados desde cuatro ópticas fundamentales, en primer lugar la conservación del ambiente natural, ya que como se puede apreciar, este sector posee, flora y fauna propios de la pampa, que tienden cada vez, y en mayor escala, a volverse endémicos en vías de extinción; en segundo lugar, la difusión histórica y cultural, ya que por ser este el lugar exacto donde se sucediera la Batalla de Quebracho Herrado, una de las epopeyas, más importantes de la república Argentina, que fuera decisiva para su actual conformación, le otorga al proyecto, valor agregado mismo que es determinante al momento de aseverar la factibilidad del mismo, en tercer lugar, la sociabilidad del proyecto, es decir, que conociendo la potencialidad turística de la zona, saber que el proyecto va dirigido a esta potencialidad, y que se pretende satisfacer sus necesidades, diseñando para ello los productos turísticos mas adecuados, complementados con los servicios generales inherentes a cada actividad, procurando para ello, que el proyecto alcance los niveles mas óptimos de sostenibilidad y sustentabilidad, que le permitan volverse competitivo, diverso, eficaz, y eficiente, dentro del mercado turístico argentino; conjugado con todo lo anterior, en cuarto y ultimo lugar, la rentabilidad del proyecto, para lo cual se ha establecido un plan de inversiones que contiene los valores en símbolos monetarios, que se requiere para poner en marcha este proyecto, y que a su vez permiten establecer un plan de egresos e ingresos, que según los datos obtenidos previamente, en cada uno de los estudios dan plena fiabilidad, sobre la prefactibilidad de inversión para el proyecto de turismo alternativo “Cacique del Silencio”

XII.- CONCLUSIONES.-

- la gran cantidad de proyectos agrícolas, existentes en la zona circundante a la ciudad de San Francisco, se constituyen en una línea base, sobre la cual se puede trabajar distintos tipos de proyectos ecoturísticos, ya que cada uno de estos ofrece distintas oportunidades para este fin, es así que la zona de Quebracho Herrado, posee recursos naturales y culturales, que le otorgan las características necesarias, para convertirse en una central de operaciones turísticas que impulse y reactive la economía de la zona, procurando nuevas fuentes de empleo, mejorando el modus vivendi de su población.
- Durante el desarrollo de esta investigación, se concluyo que, las ciencias técnicas y las ciencias humanísticas, son complementarias y necesarias para el mejor desarrollo de los proyectos, es así que, dentro del proyecto “Cacique del Silencio”, se trabajo con las ramas del Diseño Gráfico, Administración Rural y Ecoturismo, obteniendo al fin un grupo multidisciplinario de trabajo, permitió superar las expectativas planteadas en el inicio de este estudio y que se espera trasciendan del papel a la realidad.
- La elaboración de CD interactivo, se convierte en una de las herramientas más efectivas, a la hora de difundir y socializar este proyecto, puesto que, por su versatilidad y fácil acceso, logra que el turista experimente la necesidad de asistir al proyecto, se sienta identificado con el mismo, e incremente su curiosidad por apreciar los atractivos turísticos que va a disfrutar al momento de la visita, por lo que se concluye, que su elaboración, queda plenamente justificada, y es primordial para cumplir con los objetivos planteados en el proyecto.

RECOMENDACIONES.-

- Se recomienda a las autoridades de Quebracho Herrado como de San Francisco, procuren coadyuvar esfuerzos, con la finalidad de desarrollar turísticamente a este sector, que por ser dueño de una riqueza cultural y natural adecuadas para esta actividad, merece ser tomado en consideración dentro sus respectivas planificaciones, con el fin de ser visitados por pax tanto nacionales e internacionales, procurando así fortalecer la economía de la población en general.
- A las autoridades universitarias, plantearse un nuevo reto buscando las mejores alternativas, para desarrollar este tipo de proyectos en diversos sectores, involucrando para este fin a estudiantes, docentes y trabajadores, mismos que se enriquecerán con estas nuevas experiencias, al compartir sus conocimientos, lo que les permitirá fortalecer aun mas el desarrollo de su comunidad.
- También la recomendación a los inversionistas, para que introduzcan capitales en este tipo de proyectos, ya que representan una buena oportunidad de generar recursos económicos, sin destruir el medio ambiente, aportando así al desarrollo de la Argentina, sin tener que sobreexplotar sus recursos bióticos e ictiológicos.
- Finalmente, se sugiere iniciar el proyecto con más menos el 50% de la capacidad instalada, ya que si se ingresa con el 100% de la capacidad, se estaría subutilizando los recursos puesto que mientras el proyecto se posiciona en el mercado, se asume en el peor de los casos asista solo el 50% del turismo potencial identificado, además se plantea esta recomendación, por efectos de soportar en mejor forma la crisis económica que atraviesa no solo la Argentina sino todo Latinoamérica.

XIII.- ANEXOS

ANEXO Nº 1

BATALLA DE QUEBRACHO HERRADO – (28 de noviembre de 1840)

En 1840 el general Juan Lavalle, hostilizado por las tropas federales combinadas de los generales Manuel Oribe y Juan Pablo López, se decidió a tomar por asalto la ciudad de Santa Fe para abrir su comunicación con el Paraná y con Montevideo.

El 23 de setiembre, Lavalle ordenó al coronel Rodríguez del Fresno que iniciara el ataque de esa plaza con la legión Méndez. A esta fuerza se unieron en seguida el batallón de infantería del coronel Díaz, la artillería de Manterota y algunos piquetes de infantería santafesina, todas las cuales se pusieron a las órdenes del general Iriarte.

El general Eugenio Garzón que comandaba en jefe la plaza, respondió con denuedo el ataque, después de haberse negado a rendirse como se lo proponían los asaltantes. Garzón era un bravo y experimentado militar, cuyos méritos le habían granjeado consideraciones aún entre sus adversarios políticos; y como tal se mostró una vez más en la defensa de Santa Fe. Obligado a cubrir con sus escasas fuerzas los puntos más importantes de la ciudad, resistió dos días el asalto que le trajeron los unitarios simultáneamente por el lado de la costa y por las calles del norte y sur de la plaza.

Al segundo día los unitarios se apoderaron de algunas alturas. Entonces Garzón, defendiendo el terreno palmo a palmo, se atrincheró en la Aduana con las fuerzas que le quedaban, rechazando desde allí los ataques que le llevaron. La infantería y artillería de Lavalle se estrellaron varias veces contra esa posición que hacía formidable la pericia de Garzón. Pero esta lucha no podía prolongarse. Garzón había perdido su mejor fuerza en el estrecho recinto que defendía. Sus municiones se agotaban ya cuando sus principales jefes acordaron nombrar un parlamentario ante el coronel Rodríguez del Fresno. Este concedió al general Garzón y a sus oficiales salir con los honores de la guerra si se rendían en el perentorio tiempo de un cuarto de hora.

Empero, la misma noche de la toma del cuartel, el general Iriarte le notificó a Garzón que él y sus compañeros eran prisioneros a discreción, pues el coronel Rodríguez no tenía facultades para hacerle concesión alguna. Garzón invocó con arrogancia la capitulación arreglada con el jefe de la plaza, y alegó en términos duros que sus oficiales no podían ser víctimas de la indisciplina del que tal notificación le hacía.

Iriarte se limitó a responderle que no había más que someterse a las circunstancias que había creado la guerra, y que se preparasen a marchar al cuartel general de Lavalle que estaba situado en la chacra de Andino en las afueras de la ciudad.

Allí, en la chacra de Andino, se preparaba el complot contra la vida de Garzón y de sus compañeros. El coronel Niceto Vega, que llevaba la palabra en las solicitudes colectivas de los jefes del ejército “libertador” al general Lavalle para arrancarle resoluciones violentas con cuya responsabilidad cargaba éste exclusivamente, reunió sus compañeros de armas momentos después de haber el general Garzón desalojado la Aduana en virtud de la capitulación arreglada; y en esta reunión se resolvió nombrar una comisión de jefes con el objeto de pedir al general Lavalle que el general Garzón, el gobernador Méndez, el coronel Acuña, su hijo, el capitán Gómez y demás oficiales capitulados fueran conducidos al cuartel general y fusilados inmediatamente.

La comisión presidida por el coronel Vega llevó su cometido ante el general Lavalle. Este visiblemente agitado les respondió a los que la componían: “¿Y por qué no los mataron ustedes en el acto de tomarlos? ¿Quieren que caiga sobre mi la muerte de todos ellos?... Esta bien, señores, los prisioneros serán fusilados”. E inmediatamente dio orden de que la legión Avalos trajese bien asegurados los prisioneros al cuartel general.

Y véase lo que a este respecto dice el coronel Rodríguez del Fresno: “Al día siguiente de la toma de la plaza, me dirigí al campo del general Lavalle, quien me hizo llamar por medio de su ayudante Lacasa; y lo encontré en la loma de la chacra de Andino, sentado sobre su montura. Lo saludé, y la primera pregunta que hizo fue si quedaban asegurados los prisioneros. Le contesté que sí. “¿Están todavía con mucho cogote?” me dijo. – “No les falta”,

le contesté. – “Irá usted a la Capital , agregó el general, y ordenará al mayor de plaza, o al jefe encargado de la custodia de los prisioneros, que los entregue al comandante Avalos, quien llevará mis instrucciones sobre la manera de traerlos. Aquí les bajaré el cogote”.

El comandante Avalos sacó en efecto a los prisioneros de sus calabozos y los condujo maniatados y bien asegurados al cuartel general de Andino; pero varias damas santafecinas, y principalmente doña Joaquina Rodríguez de Cúllen, hermana del coronel Rodríguez del Fresno, y viuda de Domingo Cúllen, y que debía servicios importantes a Garzón, se apresuraron a pedirle gracia a Lavalle por la vida de este último y la de sus compañeros. Esta súplica, por una parte; las reflexiones que le hicieron sobre que era el gobernador de Santa Fe quien debía juzgar a los prisioneros, y las que él mismo se hizo acerca del alcance y trascendencia que tendría en las provincias la tremenda resolución que le habían arrancado los jefes de su ejército, decidieron al general Lavalle a devolver los prisioneros al gobernador Rodríguez del Fresno, levantando así la sentencia que había fulminado sobre sus cabezas.

En estas circunstancias cayó como un rayo en el campo del general Lavalle la noticia de la convención celebrada entre Rosas y el barón Mackau. Todos los cálculos y planes de los emigrados unitarios quedaban desbaratados a consecuencia de esa convención. Lejos de contar con el auxilio y el apoyo de Francia, que nunca les eran más necesarios que en estos críticos momentos, se encontraban desde luego reducidos a sus escasos recursos propios, y frente a frente a todo el poder de Rosas, aumentado moral y materialmente a causa de la paz que acababa de pactar con esa nación.

Las fuerzas de Juan Pablo López y de Manuel Oribe, por otra parte, empezaban a hostilizar formalmente a las de Lavalle; y como éste ya no tuviera mayor interés en sostenerse en la ciudad de Santa Fe, pues dado el giro que habían tomado los sucesos, su objeto no podía ser otro que el de presentarle a Oribe una batalla en las condiciones más favorables para él, evacuó esa ciudad a mediados de noviembre, sacando de ella toda la gente que pudo y siguiendo camino de Córdoba por el paso de Aguirre.

Otro era el aspecto de las cosas en Córdoba. La Coalición del Norte hacía camino, a pesar de sus primeros descalabros. El general Lamadrid, reforzado con algunos contingentes se dirigió sobre Córdoba, mientras unitarios de nota como los doctores José Francisco Álvarez, Paulino Paz, Ramón Ferreira, Mariano López Cobo, Francisco Lozano, Bernabé Ocampo, Miguel de Igarzábal, Posse, Soage y otros, hacían estallar una revolución en la capital de esa provincia, la cual dio por resultado el derrocamiento del gobernador Zavalía, delegado del propietario don Manuel López, que se encontraba en campaña reuniendo sus fuerzas; y el nombramiento del doctor Álvarez para ejercer ese cargo. Al día siguiente, el 11 de octubre, el general Lamadrid entró con su ejército en la capital, en medio del entusiasmo y regocijo de sus partidarios, y en seguida fue nombrado comandante en jefe de todas las fuerzas de la provincia, dándole un buen contingente de fuerzas y las milicias de Santa Rosa, Río Primero, Tercero arriba, etc.

Lamadrid le comunicó todo esto a Lavalle, con el objeto de que combinaran ambos sus operaciones; y Lavalle al retirarse de Santa Fe le dio cuenta de la posición de Oribe, como de su resolución de dirigirse a Córdoba, pidiéndole que, en vista de esto último, viniese a situarse con sus fuerzas en el Quebrachito, en el límite de estas dos provincias, o que, por lo menos, le remitiera tres mil caballos, pues su ejército estaba casi a pie. Porque la permanencia de Lavalle en Calchines había sido fatal para sus caballadas. Los malos pastos de esos parajes, y la poca vigilancia que dio margen a continuas disparadas, redujeron a una cifra insignificante los veinte y tantos mil caballos que llevó de Buenos Aires. Y careciendo de este medio de movilidad no podía pensar por entonces, en presentarle a Oribe una batalla. Al moverse de Calchines, contando con que Oribe lo seguiría, se propuso pues, esquivar el combate hasta que se incorporase con Lamadrid, o pudiese montar todas sus fuerzas.

Oribe lo siguió en efecto, y dos días después empezó a hostigarlo por retaguardia. Lavalle proseguía su marcha en dos columnas paralelas, cubriendo su retaguardia con la división Vega y el batallón de infantería desplegados, y llevando en el centro las carretas y bagajes del ejército.

Cuando los tiradores de Oribe amenazaban sus flancos y se aproximaban las fuerzas que lo perseguían, Lavalle hacía alto y desplegaba sus dos columnas sobre la base de la infantería y de la división Vega. Oribe hacía otro tanto y formaba su línea como para entrar en combate; y cuando lo iniciaba, Lavalle doblaba sus dos alas, tomando su anterior formación, y proseguía su retirada.

Pero esta situación no podía prolongarse para Lavalle, tenazmente perseguido por un militar tan bravo y tan experto como él.

El 26 de noviembre hubo de verse envuelto por las fuerzas de Oribe, en un momento en que se detuvo a refrescar sus exhaustas caballadas. Su mirada estaba fija en el Quebrachito, donde debía esperarlo Lamadrid. Incorporado con éste, ya estaba seguro de obtener una ventaja sobre Oribe. Pero ningún aviso recibía de Lamadrid.

La fantasía de este jefe que jamás calculaba sus operaciones, ¿lo habría conducido a otra parte? Esto valía la ruina del ejército "Libertador". El 28 llegó a los montes del Quebrachito. Allí no estaba Lamadrid. Este había mandado días antes a ese punto una buena división al mando del coronel Salas, y caballadas de refresco; pero como no llegara el ejército de Lavalle el día 20, creyó que estaba sitiado por Oribe en Calchines, y la hizo retirar de aquel punto para marchar con ella a Fraile Muerto (actual ciudad de Bell Ville). Lavalle vio entonces que tenía que disputarle él sólo a Oribe, no ya la victoria, sino los pocos recursos que pudiera salvar de su desastre.

A la una de la tarde del 28 de noviembre la vanguardia de Oribe cayó sobre la infantería de Lavalle, y poco después todo su ejército, compuesto de unos cinco mil hombres, de los cuales mil seiscientos eran infantes, envolvían al ejército enemigo sin darle el tiempo para tomar la formación más conveniente. Oribe llevó por su derecha una formidable carga de caballería con casi toda su fuerza de esta arma; y Lavalle efectuó una operación semejante por la izquierda. La de Oribe obtuvo un éxito completo; y aquí fue del rudo batallar de los escuadrones de Lavalle que alentados con la palabra entusiasta de este general, pugnaban desesperadamente por romper el círculo de jinetes de Oribe que los estrechaban por retaguardia, mientras la infantería y artillería los diezmaba por su frente y por uno de sus flancos.

Dos horas después la Batalla del Quebracho Herrado quedó circunscripta en el cuadro que formó el coronel Pedro José Díaz en el extremo izquierdo, donde permanecía Lavalle mandando las cargas supremas de los últimos restos que le quedaban.

El coronel Vega, viendo inminente el momento en que Lavalle caía muerto o prisionero con el último de sus oficiales, se abalanzó con doscientos hombres como movido por el prodigio, contuvo una carga decisiva que le traía la caballería federal, y alguno de sus compañeros aprovecharon de esto para sacar de allí a su general.

Todavía permanecía en medio de su cuadro el coronel Díaz. Cuando hubo a su alrededor otro cuadro de cadáveres; cuando aquellos valientes no pudieron hacer uso de sus armas porque las municiones estaban en poder de las tropas federales, y sólo se servían de las bayonetas o de las culatas de los fusiles para esgrimirlos sobre los que tenían más cerca, recién se sometieron a la dura ley de los vencidos; y el mismo Oribe, tan parco en elogios como fiero en la victoria no pudo menos que felicitar públicamente al coronel Díaz y a sus denodados compañeros.

Lavalle perdió en esta batalla mil trescientos hombres entre muertos y heridos, cerca de seiscientos prisioneros, de los cuales sesenta eran jefes y oficiales, toda su artillería, bagajes, parque, su correspondencia, etc. Del campo de Quebracho Herrado se dirigió a Córdoba por la frontera del Tío con los restos dispersos que le quedaban del ejército.

El triunfo del Quebracho era tan importante para los federales como el que acababa de obtener la diplomacia de Juan Manuel de Rosas por medio de la convención con Francia, la cual puso término a las diferencias entre ese gobierno y el de la Confederación Argentina.

La Pulpera

No puede pensarse que un pueblo tan pequeño pudiera encerrar tanta historia. Quebracho Herrado no sólo fue escenario de una sangrienta batalla , sino que la leyenda popular le atribuye "el honor" de haber sido visitado por la famosa Pulpera de Santa Lucía, personaje de la pieza musical de Maciel y Blomber.

El vals surgiría de la memoria de un criollo que se remonta a la época de Rosas. La presencia de la mujer obedece a que se canta que "la llevó un payador de Lavalle/ cuando el año 40 moría". Se cree que la Pulpera de Santa Lucía pernoctó en la zona, porque había en el ejército un payador al se le habría autorizado llevar a su amada, llegando ambos al fuerte de Quebracho Herrado junto con Lavalle.

ANEXO Nº2

PLANTA TURÍSTICA DE SAN FRANCISCO

Ubicados en la zona céntrica de la ciudad, estos hoteles ofrecen a sus huéspedes servicios de alojamiento de alta calidad en un ambiente cálido y confortable.

Gran Hotel Libertador



Dirección: Bv. 25 de Mayo 1783



Teléfono: Fax: (03564) 426713

Hotel Mediterráneo



Dirección: Bv. 9 de Julio 2675



Teléfono: (03564) 423750

Hotel Menfis



Dirección: Bv. 25 de Mayo 2517



Teléfono: (03564) 426677

Hotel Dunhill



Dirección: Iturraspe y Colón



Teléfono: (03564) 424737

Hotel Americano



Dirección: Mitre 76



Teléfono: (03564) 426703

Hotel Canadian



Dirección: Av. Urquiza 1115



Teléfono: (03564) 420292

Hotel Mitre



Dirección: Mitre 83



Teléfono: (03564) 424425

Hotel Majestic



Dirección: Bv. 9 de Julio 2142

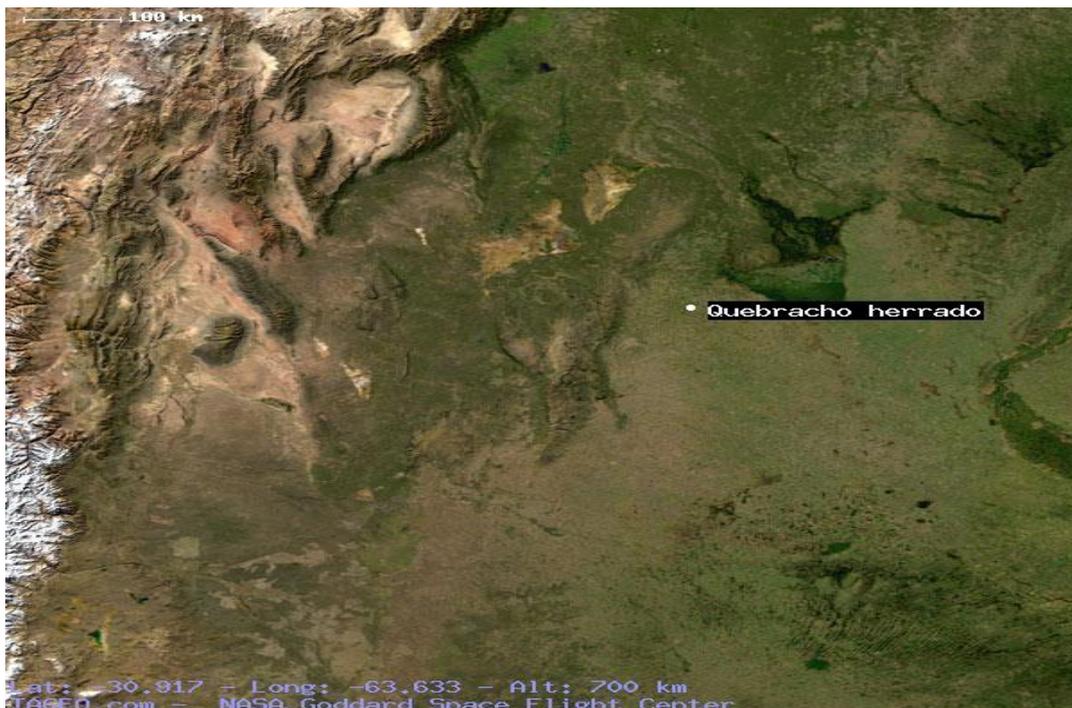


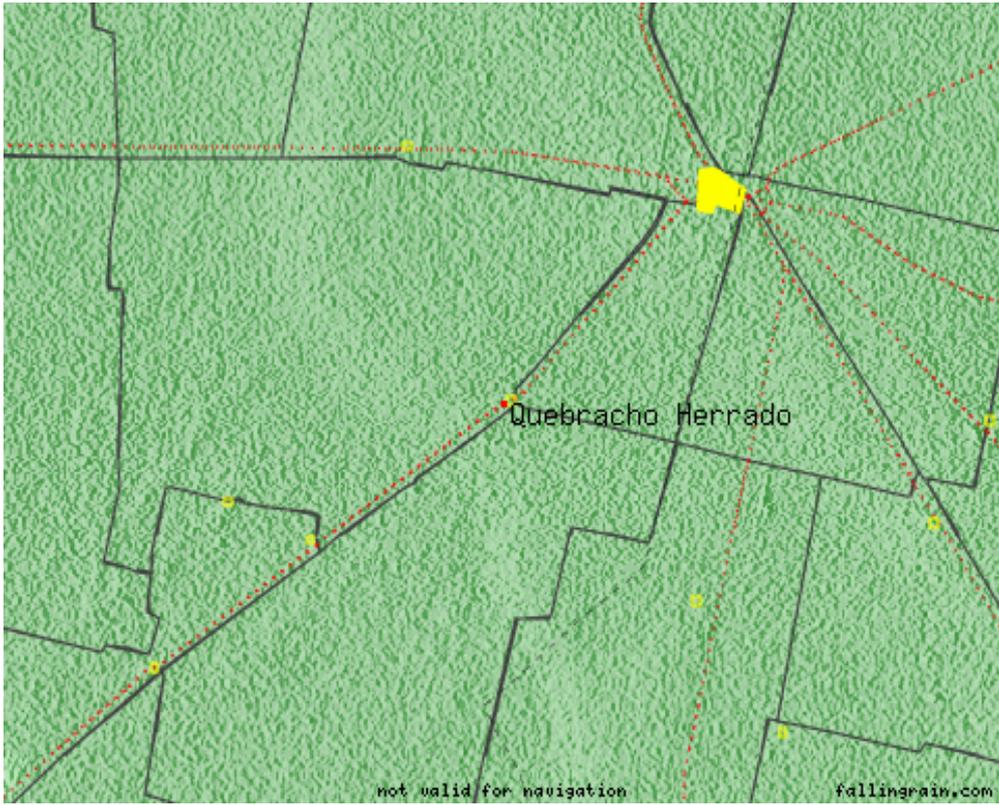
Teléfono: (03564) 426133

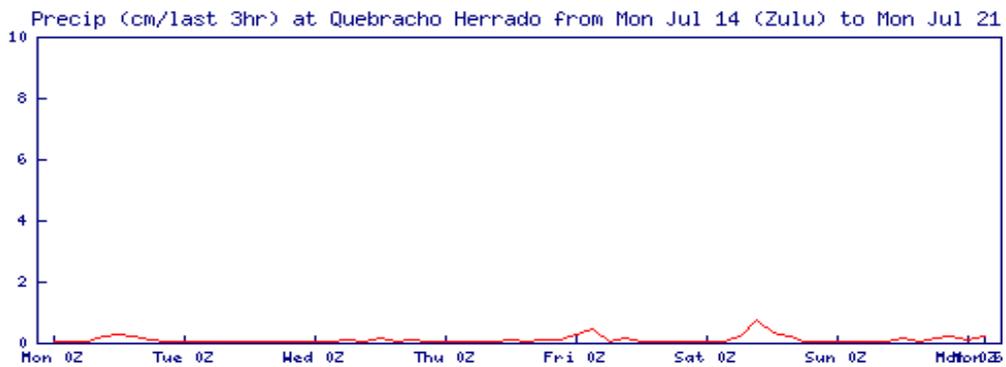
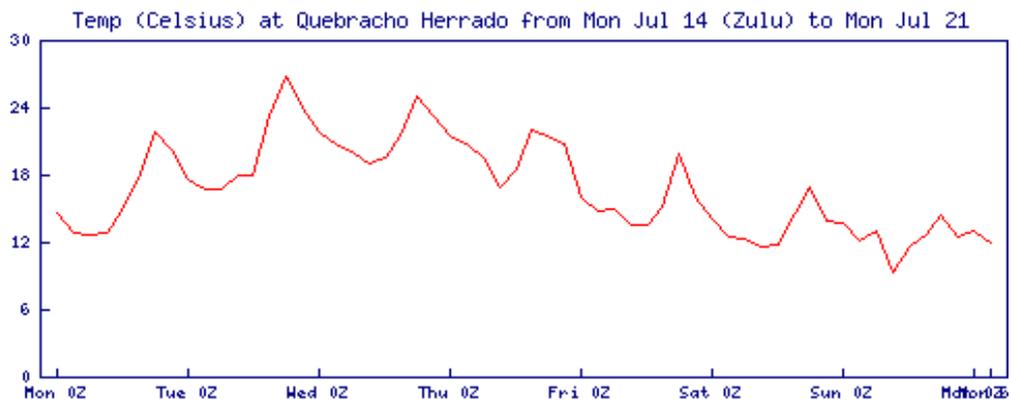
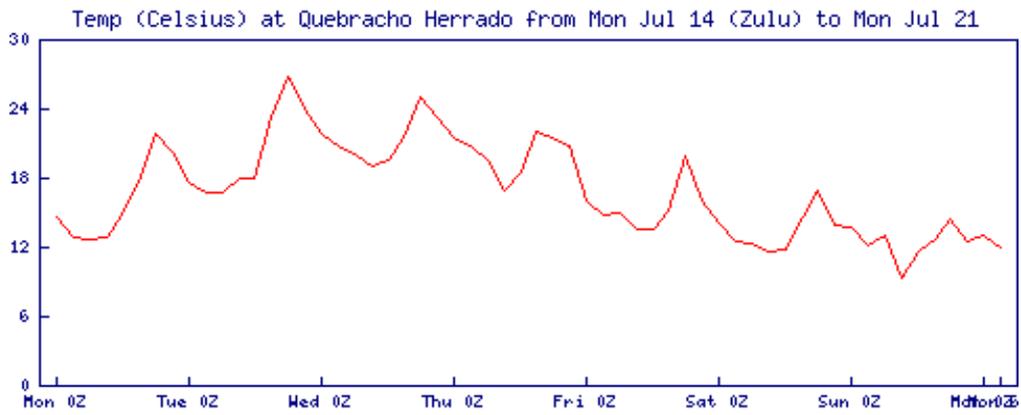
ANEXO N°3

IMÁGENES, CLIMA, Y GEOREFERENCIA DE QUEBRACHO HERRADO

IMAGEN SATELITAL DE QUEBRACHO HERRADO







LATITUD: -31,5500.

LONGITUD: -62,2333.

ALTITUD (pies): 360.

LAT (DMS): 31°33'0S

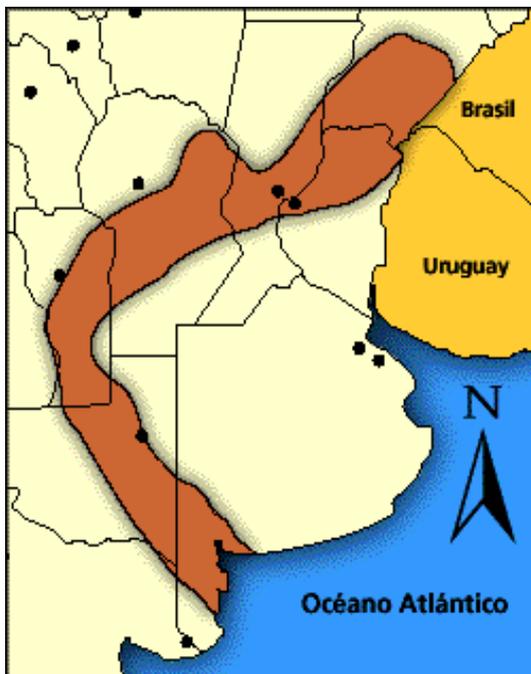
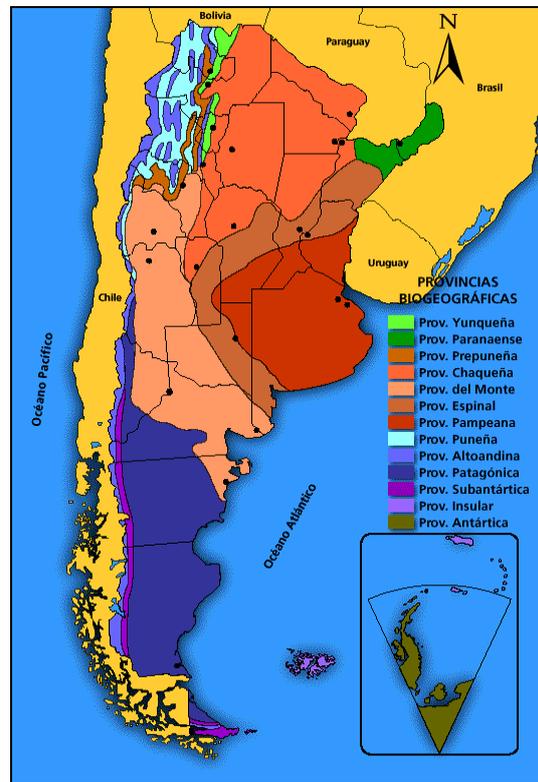
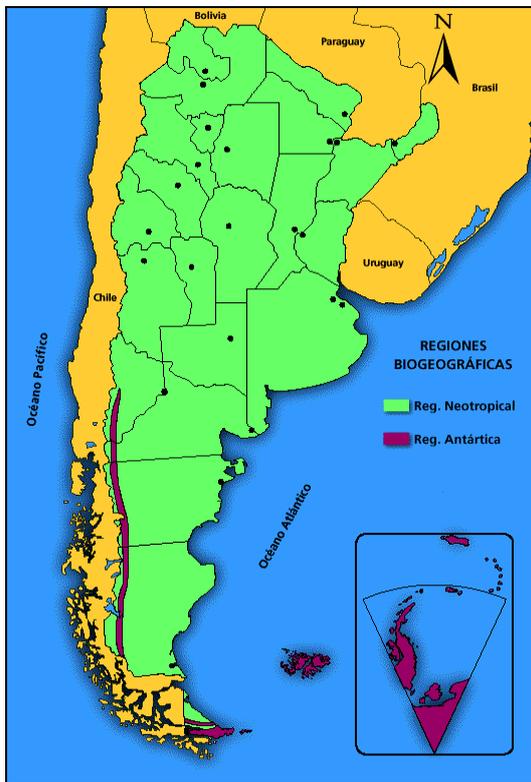
LONG (DMS): 62° 13'60W

ALTITUD METROS: 109.

ZONA HORARIA: UTC-3

ANEXO Nº4

BIOGEOGRAFIA Y ZONAS DE VIDA DE INTERES



DESCRIPCIÓN:

Comprende desde buenos aires, sur de entre ríos, santa fe y córdoba, este de la pampa y una pequeña porción de san Luis.

Se ubica entre la provincia del espinal y el océano atlántico.

Clima:

Templado-cálido; llueve todo el año, y existe un gradiente N-S en la precipitación.

Paisaje:

Es un paisaje de llanuras con algunas sierras bajas.

Los suelos son variados, encontrándose desde suelos negros y muy fértiles a rocosos o arenosos.

Vegetación:

Dominan las gramíneas (tipo estepa).

Comunidades:

Se han reconocido cuatro distritos, con diversas comunidades clímax. Una constante en los diversos distritos de esta provincia es la profunda alteración que ha sufrido la vegetación original a causa de actividades antrópicas.

Distrito Uruguayense:

Ocupa el norte de Buenos Aires, sur de Santa Fe y sudeste de Entre Ríos. Dominan las gramíneas.

Distrito Pampeano Oriental:

Nordeste de Buenos Aires, hasta las sierras de Olavarría. Son frecuentes las gramíneas, juncales, totorales, etc.

Distrito Pampeano Occidental:

Se extiende por el noroeste de Buenos Aires, el nordeste de La Pampa y el sur de Córdoba. Dominan las gramíneas.

Distrito Pampeano Austral:

En la provincia de Buenos Aires, desde las sierras que establecen el límite con el Distrito Pampeano Oriental hacia el sur, en las proximidades de Bahía Blanca. Predominan gramíneas de gran porte, que dejan espacios de suelo desnudo entre ellas.

Fauna:

Se diferencian dos regiones, una aledaña a la costa del complejo Paraná-Plata, que muestra similitudes con los animales de la provincia paranaense, y la otra pampa propiamente dicha, con algunas características comunes a la fauna del complejo chaco-monte-espinal.

Mamíferos:

Comadreja overa, comadreja colorada, comadreja chica, marmosa, vizcacha, zorrino pampeano, zorro, hurón, gato montés, lobito de río, ciervo de los pantanos, venado de las pampas, peludo, mulita, carpincho, tuco-tuco, diversos ratones y ratas, etc.

Aves:

Cotorra, carpinteros, hornero, cabecita negra, calandria, zorzales, naranjeros, perdices, martinetas, atajacaminos, federal, monjita, chingolo, pato cabeza negra, pato picazo, polla de agua, chajá, cuervillo de cañada, chimango, carancho, caracolero, lechuza de campanario, lechuzón de campo, halcón plumizo, teros, ñandú, etc.

Reptiles:

Ampalagua, boa arco iris, diversas culebras, yarará, cascabel y coral, diversas lagartijas, tortugas acuáticas, etc.

Anfibios:

Ranas, sapos, escuerzos y ranas arborícolas.

Peces:

Lamprea, anguila criolla, pejerrey, diversas mojarra, madrecita, chanchita, tararira, palometa, sábalo, boga, viejas de agua, etc.

Actividades Humanas:

Actividades agrícolas y ganaderas en gran escala. Es la región más poblada del país.

ANEXO N°5**GALERIA FOTOGRÁFICA DE FLORA Y FAUNA PANPEANA**

Gramíneas de los géneros *Mélica*, *Panicum*, *Paspalum*, *Poa*, *Setaria* y *Stipa*.



Coipo (*Myocastor coypus*) Zorro (*Dusicyon gimnocercus*).



Ñandú (*Rhea Americana*)



Ranas y sapos de distintas especies

ANEXO N°6

INDICADORES ECONÓMICOS Y POBLACIONALES DE SAN FRANCISCO

Número de habitantes de San Francisco

La ciudad de San Francisco cuenta con 59.163 habitantes, en su mayoría descendientes de inmigrantes italianos, especialmente de la región del Piemonte y españoles.

Del 100% de los habitantes:

El 52% son Mujeres

El 48% son Hombres

Población Económicamente Activa de San Francisco

De la PEA de San Francisco el 66% son Ocupados; el 25% son Subocupados y el 9% son Desocupados

El 62% son hombres

El 26% tienen entre 14 y 29 años; el 36% tienen entre 30 y 44 años; el 31% tienen entre 45 y 59 años y el 7% restante tienen 60 años o más

El 27% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 52% son jefes de familia

Nivel Socioeconómico de la población:

AB/C1 4,82%

C2 12,13%

C3 23,64%

D1 27,37%

D2 28,15%

E 3,89%

Población Económicamente Inactiva de San Francisco

De la PEI de San Francisco el 47% son jubilados / pensionados; el 32% son amas de casa; el 19% son estudiantes el 1% es incapacitado; el 1% es rentista

La edad promedio de los jubilados/ pensionados es de 72 años; la de las amas de casas es 52 años, mientras que la de los estudiantes es 18 años.

El 71% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 29% son jefes de familia

Población con Ocupación Plena (Trabajan entre 35 y 50 horas semanales)

Los Ocupados son el 66% de la PEA de la ciudad de San Francisco

El 70% son hombres

El 27% tienen entre 14 y 29 años; el 32% tienen entre 30 y 44 años; el 34% tienen entre 45 y 59 años y el 7% restante tienen 60 y más años

El 39% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 95% tiene sólo una ocupación

El 33% trabaja por cuenta propia; siendo el 29% autónomo y el 4% empleador

Del 67% que trabaja en relación de dependencia, el 36% lo hace como empleado a, el 26% como empleado b; el 4% son jefes, y el 1% restante son gerentes. El 21% trabaja en la Industria; el 25% en el Comercio; el 36% en Servicios; el 13% son Empleados Públicos; y el 5% son agropecuarios

El 42% goza de Indemnización n por despido; el 61% de vacaciones; el 47% de aguinaldo; el 56% de jubilación y el 51% de seguro de trabajo

El 86% trabaja como permanente

El 61% trabaja entre 40 y 44 horas semanales

El 14% desea trabajar m s horas

El 12% busca trabajar más horas

El 16% busca otra ocupación ; el 72% de ellos por que gana poco

En San Francisco en promedio ganan \$741,65; siendo que la mitad de ellos ganan a los sumo \$600

En el Conglomerado en promedio ganan \$655,92, donde la mitad de ellos gana a lo sumo \$500

Población con sobre ocupación (Trabajan más de 50 horas semanales)

Los Ocupados son el 66% de la PEA de la ciudad de San Francisco, de ellos el 28% son Sobreocupados

El 78% son hombres

El 75% tienen entre 30 y 59 años

El 59% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 91% tiene sólo una ocupación

El 53% trabaja por cuenta propia; siendo el 44% autónomo y el 9% empleador

Del 47% que trabaja en relación de dependencia, el 29% lo hace como empleado a, el 13% como empleado b; el 4% son jefes, y el 1% restante son gerentes

El 19% trabaja en la Industria; el 30% en el Comercio; el 38% en Servicios; el 3% son Empleados Públicos; y el 10% son agropecuarios

El 35% goza de Indemnización por despido; el 46% de vacaciones; el 41% de aguinaldo; el 48% de jubilación y el 41% de seguro de trabajo.

El 90% trabaja como permanente

El 45% trabaja entre 50 y 59 horas semanales

El 8% desea trabajar más horas

El 8% busca trabajar más horas

El 14% busca otra ocupación; el 67% de ellos por que gana poco.

En San Francisco el ingreso promedio en 1999 era de \$ 749; en 2001 era de \$ 731,92 y en 2003 es de \$ 913,80

En el Conglomerado el ingreso promedio en 1999 era de \$ 767; en 2001 era de \$ 693,92 y en 2003 es de \$ 850,31

Población Subocupada (Trabajan entre 15 y 35 horas semanales)

Los Ocupados son el 25% de la PEA de la ciudad de San Francisco

El 64% son mujeres

El 94% tienen menos de 59 años

El 57% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 25% trabaja por cuenta propia; siendo todos autónomos

Del 75% que trabaja en relación de dependencia; el 39% lo hace como empleado a, el 32% como empleado b ; el 3% son jefes, y el 1% restante son director en el estado

El 10% trabaja en la Industria; el 18% en el Comercio; el 56% en Servicios; el 13% son Empleados Públicos; y el 3% son agropecuarios

El 23% goza de Indemnización por despido; el 41% de vacaciones; el 33% de aguinaldo; el 32% de jubilación y el 30% de seguro de trabajo

El 76% trabaja como permanente

El 50% trabaja entre 15 y 20 horas semanales

El 37% desea trabajar más horas

El 31% busca trabajar más horas

El 43% busca otra ocupación; el 71% de ellos por que gana poco

En San Francisco en promedio ganan \$377.68; siendo que la mitad de ellos ganan a lo sumo \$290

En el Conglomerado en promedio ganan \$349.36, donde la mitad de ellos gana a lo sumo \$250

Población con Subocupación Precaria (Trabajan menos de 15 horas semanales)

Los Subocupados son el 25% de la PEA de la ciudad de San Francisco; de ellos el 16% son Subocupados precarios

El 50% son hombres

El 50% tienen entre 30 y 59 años

El 6% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 5% trabaja por cuenta propia; siendo todos autónomos

Del 95% que trabaja en relación de dependencia, el 86% lo hace como empleado a , y el 9% como empleado b

El 9% trabaja en la Industria; el 24% en el Comercio; el 62% en Servicios; y el 5% son Empleados Públicos.

El 3% goza de Indemnización por despido; el 23% de vacaciones; el 10% de aguinaldo; el 13% de jubilación y el 7% de seguro de trabajo

El 50% trabaja como permanente

El 50% trabaja entre 15 y 20 horas semanales

El 43% busca otra ocupación; el 33% de ellos por que gana poco

En San Francisco en promedio ganan \$224.74; siendo que la mitad de ellos ganan a los sumo \$200

En el Conglomerado en promedio ganan \$230.15, donde la mitad de ellos gana a lo sumo \$200

Población Desocupada

Los Desocupados son el 9.14% de la PEA de la ciudad de San Francisco.

El 52% son hombres

La mayoría tienen entre 14 y 24 años

El 73% tiene como máximo nivel educacional el Secundario Incompleto

El 28% destinar los futuros ingresos a cubrir el presupuesto básico, el 30% a solventar sus gastos, el 12% para completar el presupuesto básico, el 6% para aportar a otros gastos y el 24% restante no contesta

El 31% busca su primer trabajo

El 83% hizo algo para buscar una ocupación; la mayoría se presenta a los avisos publicitarios

El 80% lleva más de 9 meses desocupado

El 57% tiene como fuente de ingresos la ayuda familiar, el 32% los trabajos ocasionales, el 8% cobra subsidio de desempleo y el 3% restante vive de sus ahorros

El 80% de los desocupados en su ocupación anterior trabajaban como permanentes

El 28% perdió su trabajo por causas personales; el 24% porque lo despidieron; el 24% por finalizar un trabajo temporario; el 10% por poco pago; el 10% por falta de trabajo y el 4% restante por acogerse al retiro voluntario

El 86% trabajaba en relación de dependencia

El 29% trabajaba en la Industria, el 23% en el Comercio; y el 48% en Servicios

El 22% de los desocupados son jefes de Familia

El 10% de los desocupados que buscan su primer trabajo son jefes de familia

Población según la condición habitacional y clasificación de vivienda

Según la condición habitacional:

Propietarios: 78,42%

Inquilinos: 16,10%

Ocupante gratuito: 5,48%

Según clasificación de vivienda:

Nivel A/B 1,30%

Nivel C1 8,63%

Nivel C2 59,77%

Nivel D 9,80%

Nivel E 0,49%

XIV.- BIBLIOGRAFÍA.-

- Mckercher, b. (1998). el negocio de la naturaleza a base de turismo. australia: hospitalidad de prensa.
- Lindberg, k., megan e. wood, engeldrum, d. (1998). ecoturismo: una guía para planificadores y administradores. north bennington, vermont: la sociedad de ecoturismo.
- Ceballos-Lascuráin, h. (1996). turismo, ecoturismo y áreas protegidas: el estado de la naturaleza basada en el turismo en todo el mundo y directrices para su desarrollo. iucn, gland, suiza, y cambridge, reino unido.
- Newsome, d., moore s.a., dowling, r.k. (2002) área natural de turismo: ecología, impactos y gestión. reino unido: canal ver publicaciones.9 Y 10.
- Pearce, p.; morrison, a.m. y rutledge, j.l. (1998). turismo: los puentes entre los continentes. sydney: mcgraw-hill, capítulo 2, "motivación influye en la demanda turística».
- Witt, c.a. & wright, p.l. (1992). turismo motivación: la vida después de maslow. en, peter johnson y barry thomas (eds) elección y demanda en turismo. londres: mansell.

- Ajzen, i. y fishbein, m. (1980) comprender las actitudes y predecir el comportamiento social. prentice-hall: englewood cliffs, nueva jersey, capítulo 7, "teóricas".
- Albrecht, d., bultena, g., hoiberg, e., y nowak, p. (1982). el paradigma ambiental escala. diario de educación ambiental, 13 (3): 39-43.
- Ashley, C, & Roe, D (1998). *Enhancing Community Involvement in Wildlife Tourism: Issues and Challenges*. IIED (International Institute for Environment and Development) Wildlife and Development Series No.11, Diciembre de 1998.
- GTZ (1999). *Sustainable Tourism as a Development Option: Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers*.
- Ministerio Federal para la Cooperación Económica y el Desarrollo/GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH), Eschborn / Alemania.
- TIES (1993 & 1998). *Ecotourism: A guide for planners and managers – Vols 1 and 2*. North Bennington / Estados Unidos de América.

ESTUDIOS DE CASO

- Drumm, A, & Wesche, R (1999). *Defending our Rainforest: A Guide to Community-Based Ecotourism in the Ecuadorian Amazon*. Acción, Amazonía/Ecuador.
- Epler Wood, M (1998). *Meeting the Global Challenge of Community Participation in Ecotourism – Case Studies and Lessons from Ecuador*.
- América Verde, Working Paper No. 2. The Nature Conservancy, División para América Latina y El Caribe, Arlington/Estados Unidos de América.
- TIES (eds) (1999). *Protecting Indigenous Culture and Land through Ecotourism*. Cultural Survival Quarterly, Summer 1999.
- Cambridge/Estados Unidos de América. OMT (Organización Mundial del Turismo) (1999). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Volúmenes suplementarios

sobre: Asia y el Pacífico; América Latina y El Caribe; Africa Subsahariana. Madrid/España.

- OMT (Organización Mundial del Turismo) (2000): *Sustainable Development of Tourism – A Compilation of Good Practices*. Madrid/España.
- Studienkreis für Tourismus, Germany – Premios To Do, www.studienkreis.org
- Base de datos sobre consejos prácticos ecológicos, www.eco-tip.org