

*Estudio impacto socioeconómico de la cadena de valor
del turismo en el corredor de la Ruta Provincial N° 1 en
la Provincia de Santa Fe*



**Cámara de Empresarios Turísticos de la Región de Santa Fe
Bolsa de Comercio de Santa Fe**



**Secretaría del Sistema de Turismo, Comercio y Servicios
Ministerio de la Producción del Gobierno de la Provincia de
Santa Fe**

Ministerio de la Producción del Gobierno de la provincia de Santa Fe

CPN Carlos Fascendini

Secretaría del Sistema de Turismo, Comercio y Servicios

D. Martín Bulos

Sr. Luciano Fontana, Asesor Secretaría del Sistema de Turismo, Comercio y Servicios

Bolsa de Comercio de Santa Fe

Dr. Eduardo González Kees

Centro de Estudios y Servicios

CPN Fabio Arredondo, Director

Lic. María Lucrecia D'Jorge, Coordinadora

Lic. Roberto Miola, investigador

Cámara de Empresarios Turísticos de la Región de Santa Fe

D. Carlos Fertoni

Lic. Ernesto Gamboa, Pro secretario CET

Lic. Yamila Beltramo, Secretaria ejecutiva CET

Colaboración del Instituto Mateo Bozz

Director

Prof. Abel E. Bresso

Profesores

Prof. Laura Bongán, Téc. Melisa Picco, Téc. Adriana Tomatis Tibaldo, Prof. Sandra Trevisani

Alumnos:

ALEGRE, Rocío	CARDOZO, Carina	ESPINOZA Alejandra	MORALES, Carla	RODRIGUEZ, Lorena
ALMIRÓN, María José	CACERES, Cintia	FERNANDEZ, Fernanda	MOREYRA Adrián	ROSALES, Abel
AUDICIO, Araceli	CASCO, Virginia	GRAND, Ariel	MOREYRA, Carla	SANCHEZ, Miriam
BAEZ, Marina	CORONEL, Jonatan	GRECO, Cristian	PONCE, Estela	SCHUBER, María Eugenia
BONDAZ, Florencia	DELGADO, Vanesa	HOLZINGER, David	PONCE, Patricia	SERBIN, Analía
CAMPODÓNICO, Vanesa	ESCOBEDO, Nadia	MAIDANA, Maira	REIGERT, Virginia	

Contenido

Introducción	7
Antecedentes	8
Talleres de trabajo	9
Parte I. Análisis general del corredor.....	22
1. Introducción.....	22
2. Cantidad de establecimientos por tipo y por localidad.....	22
3. Cantidad de plazas por tipo y localidad.....	24
4. Empleo.....	25
5. Porcentaje de ocupación promedio	29
6. Procedencia de la demanda	31
7. Cantidad de establecimientos por estado: en proyecto o actividad.....	32
8. Acceso a los establecimientos	33
9. Total por ciudad de tipos de servicios.....	33
10. Inversión instalada en complejos de alojamiento	37
11. Gasto anual estimado en el corredor en establecimientos de alojamiento.....	38
12. Gasto promedio por estadía	39
Parte II. Análisis por localidad	40
Localidad: Arroyo Leyes	40
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo.....	40
Condiciones de acceso	40
Accesibilidad o distancias a servicios	41
Servicios complementarios.....	41

Recursos humanos	42
Procedencia de la demanda	44
Localidad: Cayastá.....	44
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	44
Condiciones de acceso	45
Accesibilidad o distancias a servicios	46
Servicios complementarios.....	46
Recursos humanos	47
Procedencia de la demanda	48
Localidad: Colastiné Norte	49
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	49
Condiciones de acceso	50
Accesibilidad o distancias a servicios	50
Servicios complementarios.....	51
Recursos humanos	51
Procedencia de la demanda	51
Localidad: Helvecia y Paraje Campo del Medio.....	51
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	51
Condiciones de acceso	52
Accesibilidad o distancias a servicios	53
Servicios complementarios.....	53
Recursos humanos	55
Procedencia de la demanda	56
Localidad: Saladero Cabal.....	56
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	56

Condiciones de acceso	57
Accesibilidad o distancias a servicios	57
Servicios complementarios.....	57
Recursos humanos	58
Localidad: San José del Rincón	58
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	58
Condiciones de acceso	59
Accesibilidad o distancias a servicios	59
Servicios complementarios.....	59
Recursos humanos	60
Procedencia de la demanda	60
Localidad: Santa Rosa de Calchines y Paraje Los Zapallos.....	61
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	61
Condiciones de acceso	62
Accesibilidad o distancias a servicios	62
Servicios complementarios.....	63
Recursos humanos	64
Procedencia de la demanda	65
Localidad: Alejandra.....	66
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	66
Condiciones de acceso	67
Accesibilidad o distancias a servicios	68
Servicios complementarios.....	68
Recursos humanos	69
Procedencia de la demanda	69

Localidad: Romang.....	70
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	70
Condiciones de acceso	70
Accesibilidad o distancias a servicios	71
Servicios complementarios.....	71
Recursos humanos	71
Procedencia de la demanda	72
Localidad: San Javier	72
Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo	72
Condiciones de acceso	73
Accesibilidad o distancias a servicios	73
Servicios complementarios.....	74
Recursos humanos	75
Procedencia de la demanda	76
Síntesis y conclusiones.....	78
Conclusiones.....	79

Introducción

El Estudio sobre el Impacto socioeconómico de la cadena de valor del Turismo en el corredor de la Ruta Provincial N°1 en la Provincia de Santa Fe es un proyecto llevado adelante por la Cámara de Empresarios Turísticos, la Bolsa de Comercio de Santa Fe y contando con el aval del Ministerio de la Producción y Secretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe.

Surge del trabajo conjunto que vienen desarrollando las entidades, instituciones y organismos mencionados precedentemente con el propósito de promover el desarrollo, fomento, estudio y planeamiento de las actividades y servicios vinculados con el turismo regional, como así también contribuir a generar conciencia en la población respecto de los distintos aspectos relacionados con el turismo receptivo, lo que permitirá posicionar a esta región de la provincia en un destino turístico.

El turismo es una actividad de gran trascendencia económica, social y cultural; y una actividad económica transversal, de difícil delimitación. La medición de la actividad turística es importante tanto para el sector público como para el privado. Sin datos fiables es imposible demostrar la importancia económica del sector en términos de valor añadido, empleo y sector exterior. Además un buen sistema de información es la base para un buen proceso de planificación regional y local.

En este sentido un objetivo particular del proyecto fue realizar un relevamiento de la infraestructura turística disponible, a través de una encuesta elaborada por el equipo de trabajo. Los relevamientos estuvieron a cargo del equipo de investigación en conjunto con alumnos del Instituto Mateo Booz. La estructura de la encuesta contiene una parte de datos generales del establecimiento, consultas respecto a las características de la demanda, información sobre los empleados contratados; y una parte específica que consulta las características para cada tipo de establecimiento de alojamiento (hotel, cabañas y posadas, camping, casas en alquiler, establecimientos rural), gastronomía y transporte. El relevamiento se realizó entre noviembre de 2012 y junio de 2013.

También se organizaron talleres de consenso y reuniones de exposición de avances. En estas instancias se convocaron a los diferentes actores del sector privado así como también representantes del sector público.

Como objetivos generales que se persiguen con este proyecto se cita el establecimiento de prioridades en materia de obras de infraestructura necesarias para el desarrollo y fortalecimiento del sector. Además la identificación de acciones a implementar que contribuyan al ordenamiento territorial de la zona, orientadas a lograr la sustentabilidad de la actividad turística.

Este estudio pretende además ser la base para el armado de un sistema de información que permita obtener y procesar datos vinculados a la actividad turística, que sea actualizado periódicamente.

Antecedentes

Para el proyecto Estudio sobre el Impacto socioeconómico de la cadena de valor del Turismo en el corredor de la Ruta Provincial N°1 en la Provincia de Santa Fe, se ha realizado una búsqueda de antecedentes que aporten a la investigación llevada adelante.

El primer antecedente analizado es el realizado desde la Bolsa de Comercio de Santa Fe denominado “Informe Área de Turismo”, Abril 2003. Este informe provee la información de cantidad de plazas y atractivos turísticos a lo largo del corredor turístico de la Ruta N°1. Este trabajo permitirá mostrar el crecimiento a través de datos históricos del corredor turístico y algunos indicadores más que se analizarán en el desarrollo del Informe.

Otro de los antecedentes analizados por el equipo técnico es el realizado por la Fundación Para El Desarrollo Sustentable, denominado: Programa “Corredor turístico de la costa – ordenamiento territorial para un desarrollo turístico sustentable. Ruta Provincial n°1 Santa Fe, Febrero de 2007”.

El mencionado proyecto, se centra en el análisis de factibilidad del turismo sustentable de las localidades que se encuentran dentro de la Ruta Provincial N°1 desde Santa Fe a Reconquista. En dicho informe se llevó análisis topográfico, de infraestructura y de equipamiento urbano y rural. Dentro de esta área que posee una impronta de actividades cinegéticas y relacionadas con la naturaleza. Se llevó adelante la definición de las líneas de acción y propuestas para el turismo sustentable de dichas localidades entre las que se puede mencionar: ordenamiento territorial, definición de capacidad de carga y recursos, optimización de las instalaciones de soporte y servicios.

Del mismo modo se tuvo en cuenta como antecedente el trabajo realizado por la Provincia de Santa Fe y financiado por el Consejo Federal de Inversiones, denominado: Plan Estratégico de Turismo 2007-2016. Mayo, 2007. Se realizó un plan estratégico consensuado mediante la realización de talleres y mesas de debates con el fin de delinear las acciones concretas que se deben llevar adelante, dentro del espacio territorial de la provincia de Santa Fe, a partir del establecimiento de productos turísticos, definición de la comunicación y estructura de comercialización, establecimiento de normas de calidad, manuales operativos, desarrollo de infraestructura y equipamiento. Teniendo en cuenta el corredor de la costa como uno de los productos turísticos de mayor envergadura de la Provincia de Santa Fe en lo referente al turismo alternativo, de naturaleza.

Finalmente, se tuvo en cuenta como antecedente para el informe final el “Estudio para el desarrollo del turismo como cadena de valor de la Región Centro de la República Argentina”, Diciembre de 2010. Se realizó en toda la Región Centro del país, incluyendo a las provincias de Entre Ríos y Córdoba. El objetivo principal de dicho estudio se basó en la búsqueda de incorporar elementos que permitan elevar el nivel de análisis, a fin de facilitar el desarrollo de políticas públicas y acciones conjuntas de carácter turístico a nivel regional. Dentro de este estudio se tiene

en cuenta al Corredor de la Ruta Pival. Nº 1 como un destino para el producto turístico de Naturaleza, avistaje de aves, pesca con devolución y sol y playa.

Talleres de trabajo

En los dos talleres de trabajo realizados en las localidades de Cayastá y San Javier, se estableció como metodología de análisis y diagnóstico de la potencialidad de la zona de estudio, la herramienta FODA, que mediante la utilización de Brainstorming se volcaron todas aquellas fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas que dicha región está experimentando según la óptica de aquellos participantes de los talleres que mencionamos a continuación:

NOMBRE Y APELLIDO	EMPRESA/INSTITUCIÓN
Patricia de Narvaez	Camping de la Laguna y Cabañas
Malet Juan	YPF Cayastá
Morán Ricardo	Cabañas Helvecia
Gonzalez Jorge	Transporte
Agusti, Viviana	Comuna Cayastá
Vera, Pablo	Comuna Cayastá
Unamuns, Jorge	Estación Cayastá
Wagner, Rodolfo	Paraná Medio
Corazza, Silvia	Cabañas Irupe
Segui, Gracia	Cabañas Sa Taula
Rafanello, Joana	Cabañas del Sol
Campins Juan Pablo	Cabaña Los Juanes
Ponce Estela	Inst. Del Prof. Nº 10
Monzon, Alcides	FyPoliro Emamuel
Chelini Ruben	Cabañas Pampa Linda
Córdoba Leandro	Complejo Turístico Tiburoncito

Favre Patricio	Cabañas del Viejo Puerto – Bufalo SRL
Ferraro Favio	Cabañas Cayastá
Christen Juan Jose	El sueño de José
Bareiro Claudia	Lic. En Turismo
Dovis Hugo Oscar	Camping Punta Arena
Lorenz Claudia	Paso del Tigre
Rolando Leiva	Alojamiento Rural Campo del Medio
Burguener Dianela	Complejo Siglo XXI
Nora Requena	Comedor
Olga Migua	Secretaria De Cultura Municipalidad De S.J
Valdez Silvia	Empleada Secretaria De Cultura De M.S.J
Sterki Lucila	Subsecretaria Cultura Municipalidad S.J
Roxana López	Secretaria De Producción
Rafael Ortiz	Museo Parroquial
Sofía Avalos	Estudiante
Germán Gómez	Comerciante
Victoria Piedrabuena	Secretaria De La Producción
Cristian Greco	Estudiante
Noemí Hurani	Eet Nº 284
Mariano Mendoza	La Casa Del Automotor
Paola Gauna	Municipalidad De San Javier
Vivas	Municipalidad De San Javier
Gola Luis	Unidad Regional De La Policía
Orfilio Rojas	Unidad Regional De La Policía

Cabanqui Viviana	Oficina De Turismo
Guillermo Marin	INTA
Ángela Ríos	Compromiso Ciudadano
Raul Selmi	Compromiso Ciudadano
Wilfredo Coria	Compromiso Ciudadano
Angélica Casariego	Sociedad De Artesanos
Bernarda Armua	Asociación De Artesanos
Javier Ferreyra	Construcción
Boz Hector	
Zeguz Victor	
Víctor Favot	Guia De Pesca
Adrian Schuck	Centro Comercial
Raul Perez	Asociación De Apicultura
Marisol Cabanqui	Oficina De Turismo
Rafael Cordoba	Dirección Provincial De Vialidad
Carolina Samela	Cabaña Los Arenales
Martin Lopez	Comuna Alejandra
Alejandro Wellig	Comuna Alejandra
Vazquez Hugo	Dpvs San Javier
Requena Lisandro	Museo Histórico Parroquial
Ortiz Rafael	Museo Parroquial
Sergio Capocetti	Parroquia S.F. Javier
Juan Gutierrez	Cabañas Tío Juan
Pablo Vera	Comuna Cayasta

Milton Sandoval	Residencial Romang
Daniel Bessone	Hotel Brigadier
Silvana Mendez	Comuna De Saladero
Marcelino Velazquez	Comuna De Saladero
Nestor Lanche	Comuna Mocovi

FODA

A continuación se presentan los conceptos que exhibieron un mayor porcentaje de repetición en función de la apreciación de aquellos profesionales que fueron afectados a los talleres de trabajo:

Primer Taller

Fortalezas:

- Trato personalizado, atendido por sus propios dueños.
- Vinculación directa con la naturaleza, el paisaje, el río, su flora y fauna.
- Es un destino seguro.
- Crecimiento constante.
- La costa apunta a un público familiar, ya sea hétero o gay.
- Existe cierta organización entre los empresarios pero solo se limita en la actualidad al manejo de la demanda en casos de exceso.
- El corredor está compuesto por una sola ruta con dos cabeceras importantes con aeropuertos en ambas.

Oportunidades:

- Habría que generar eventos para contrarrestar la estacionalidad.
- Construcción de la defensa del Parque Arqueológico y posible designación como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Participación de la provincia en ferias, eventos, workshops, congresos, etc. que son de envergadura nacional e internacional
- Pasantes y profesionales del Instituto N° 10 Mateo Booz a disposición de la comunidad.

Debilidades:

- La Ruta 1 no está preparada para el manejo de contingentes. De todos modos habría que ver si el perfil del público demanda pretendido es el de contingentes.
- Corte de calles que llegan al río apropiadas por privados.
- Falta posicionar el producto Macro, vender el producto como región.
- Resolver el tema de la cartelería de los emprendimientos y la cartelería pública horizontal y vertical de orientación al turista sobre lugares y atractivos.
- Faltan paradores que deberían contar con oficinas de información.
- Falta de gastronomía y productos regionales.
- Ensanchar la Ruta 1 y mantenimiento de banquetas.
- Faltan terminar 3 kilómetros de la Ruta 62: cuando llueve se vuelve intransitable y esto hace que al momento de viajar, el público que accede por esta ruta prefiera cancelar las reservas.
- Necesidad de una normativa que regule la actividad de las cabañas en materia de categorización, identidad, calidad y seguridad.
- Falta un Plan Estratégico de Acción.
- Falta un órgano que nuclea y represente a los privados en la Ruta 1.
- Hay que diversificar los servicios turísticos.
- Falta de Ambulancias, Bomberos, Farmacias y servicios complementarios.
- Necesidad de incorporar Post Net y Cajeros Automáticos.
- Habría que adaptar los horarios de los comercios a las necesidades de los turistas.
- Concientizar a la policía.
- Falta de playas públicas.
- Existencia de una competencia desleal.
- Las inversiones fueron realizadas sin un estudio previo de mercado, de rentabilidad y de gestión.

Amenazas:

- Controlar los recursos naturales: control de la caza y la pesca.
- Servicios como Internet, Luz y Gas que faltan y frenan el crecimiento.
- Muchos accidentes en la Ruta a la altura de Rincón por la confusión de la doble mano alternativa.

Segundo Taller

Fortalezas:

- Atención personalizada, de los dueños a los clientes. Genera vínculo con el turista.
- Percepción de seguridad y tranquilidad en los destinos de la costa.
- La existencia de emprendimientos artesanales y artesanos de culturas nativas.
- Servicios de lanchas por todo el corredor.
- Existe cierta organización entre empresarios y sector público mediante una mesa de trabajo.
- Tener una conexión cercana con la naturaleza permite mayor afluencia de turistas.
- Destino turístico económico, para todo tipo de turista.

Oportunidades:

- Actividades para disminuir la estacionalidad, característica que posee el turismo.
- Trabajar con las culturas nativas para generar emprendimientos turísticos artesanales para su desarrollo y como atractivo turístico del corredor de la Ruta.

Debilidades:

- Falta de Gastronomía. Falta de capacitación a este servicio. Falta de variedad.
- Los horarios comerciales deberían adaptarse al turista.
- Falta paseo de compras de artesanías fijo.
- Falta de bancos, cajeros automáticos y tarjetas de créditos en localidades del Corredor.
- Faltan paradores que deberían contar con oficinas de información.
- Falta de experiencia en el turismo. Falta de cultura turística.

- Ensanchar la Ruta 1 y mantenimiento de banquetas.
- Falta coordinación público y privada para el manejo de información, promoción y acciones en conjunto.
- Falta de señalética para el corredor y localidades.

Amenazas:

- Controlar los recursos naturales: control de la caza y la pesca.
- Servicios como Internet, Luz y Gas que faltan y frenan el crecimiento.
- Mantenimiento de calles de tierra y ripio que acceden a los emprendimientos turísticos.
- Necesidad de crear un plan de desarrollo turístico en términos de zonificación, tipologías constructivas, conservación del patrimonio
- Egoísmo entre cabañeros
- El estado de la Ruta, posibles accidentes en días de lluvias.
- Falta la concientización del turismo sobre los beneficios del turismo.

ANÁLISIS DE FODA DE MATRIZ DE DOBLE ENTRADA

Contando con la información recolectada en los talleres, se procede a la implementación de una matriz FODA de doble entrada, la cual pretende maximizar y potenciar aquellos factores considerados positivos y minimizar aquellos elementos de naturaleza negativa, promoviendo la creación de acciones que favorezcan un círculo virtuoso de retroalimentación desde un punto de inicio, con el objetivo de una mejora sostenida que concluya en la disminución de aquellos fenómenos que obstaculizan el desarrollo turístico del corredor:

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p><u>Fortaleza</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de seguridad y tranquilidad en los destinos de la costa. • Vinculación directa con la naturaleza, el paisaje, el río, su flora y fauna. • Tener una conexión cercana con la naturaleza permite mayor afluencia de turistas. • El corredor está compuesto por la Ruta Pval. N°1 con dos localidades importantes de cabeceras y cuentan con aeropuertos. • Existencia de emprendimientos artesanales y artesanos de culturas nativas. • Servicios de lanchas por todo el corredor. • Destino turístico económico, para todo tipo de turista • Atención personalizada, de los dueños a los clientes. Genera vínculo con el turista. • Crecimiento constante. • Existe cierta organización entre empresarios y sector público mediante una mesa de trabajo. 	<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta un Plan Estratégico de Acción. • Necesidad de una normativa que regule la actividad de las cabañas en materia de categorización, identidad, calidad y seguridad. • Hay que diversificar los servicios turísticos. • Falta coordinación público y privada para el manejo de información, promoción y acciones en conjunto. • Falta de experiencia en el turismo. Falta de cultura turística. • Concientizar a la policía. • Falta posicionar el producto Macro, vender el producto como región. • La Ruta 1 no está preparada para el manejo de contingentes. De todos modos habría que ver si el perfil del público demanda pretendido es el de contingentes. • Corte de calles que llegan al río apropiadas por privados • Falta de playas públicas. .
--------------------------	--	---

<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cierta organización entre los empresarios pero solo se limita en la actualidad al manejo de la demanda en casos de exceso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolver problemas viales acerca de la cartelería de los emprendimientos y la cartelería pública horizontal y vertical de orientación al turista sobre lugares y atractivos. • Faltan terminar 3 kilómetros de la Ruta 62: cuando llueve se vuelve intransitable y esto hace que al momento de viajar, el público que accede por esta ruta prefiera cancelar las reservas. • Falta un órgano que nucleee y represente a los privados en la Ruta 1. • Falta de Ambulancias, Bomberos, Farmacias y servicios complementarios. • Las inversiones fueron realizadas sin un estudio previo de mercado, de rentabilidad y de gestión. • Falta de Gastronomía. Falta de capacitación a este servicio. Falta de variedad. • Los horarios comerciales deberían adaptarse al turista. • Falta paseo de compras de artesanías fijo. • Falta de bancos, cajeros automáticos y tarjetas de créditos en localidades del Corredor. • Faltan paradores que deberían contar con oficinas
--------------------------	---	--

		<p>de información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ensanchar la Ruta 1 y mantenimiento de banquetas. • Falta de Servicios Públicos (agua potable, gas natural)
<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajar con las culturas nativas para generar emprendimientos turísticos artesanales para su desarrollo y como atractivo turístico del corredor de la Ruta • Construcción de la defensa del Parque Arqueológico y posible designación como Patrimonio Cultural de la Humanidad. • Actividades para disminuir la estacionalidad, característica que posee el turismo. • Participación de la provincia en ferias, eventos, workshops, congresos, etc. que son de envergadura nacional e internacional • Pasantes y profesionales del Instituto 	<p>FO: MAX - MAX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a la gente de la zona en relación a actividades y servicios turísticos • Promocionar miniturismo en la zona • Fomentar la realización de actividades y eventos relacionados a la cultura, natural y local • Fomentar el servicio de lanchas y excursiones de pesca y visitas a islas • Creación de una asociación de empresarios del corredor y formación de un ente mixto de turismo que fomente un plan de acción para todo el corredor. • Crear espacios físicos estratégicamente ubicados para potenciar Negocios Sociales que permitan la inserción de los productos y artesanías nativas y locales. Ej: Establecer un parador dentro del parque arqueológico de las Ruinas Santa Fe la Vieja, otro parador podría instalarse a la vera de la 	<p>DO: MIN - MAX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar un folleto o información para anexar en las misiones de eventos en la cuales participa la provincia así posicionar el corredor • Trabajar con Vialidad Provincial el mantenimiento y mejora de rutas, banquetas y señalética en general afectada al corredor • Trabajar de manera conjunta la Secretaria de Turismo, el Ministerio de la producción y el Nuevo Banco de Santa Fe de la posibilidad de acceder a cajeros automáticos y posnet para todo el corredor de la Ruta N°1. • Rever la Ley Provincial de Alojamiento Turísticos • Realizar tareas conjuntas de promoción con aquellas misiones de representación frente a UNESCO, para la candidatura de las Ruinas de Santa Fe la Vieja. Buscando posicionar el corredor de la costa como turística.

<p>Nº 10 Mateo Booz a disposición de la comunidad.</p>	<p>ruta cerca de la comunidad Mocoví.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación para emprender sus propios negocios. • Propuestas integradoras de paquetes receptivos y/o productos tentativos para brindar a los operadores. • Trabajo desde la secretaría de turismo en conjunto con Aerolíneas Argentinas de Santa Fe para el fomento de paquetes receptivos que permite una mayor red de propuestas turísticas a lo largo y ancho del territorio provincial. Ej.: Aerolíneas Vacaciones • Trabajar con los servicios turísticos beneficios y descuentos al turistas en fechas de mayor estacionalidad, días laborables, época invernal. • Crear una central de reserva que sea manejada por el Ente Mixto de Promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exención de impuestos para la instalación de aquellos servicios del tipo privado sanitario, gastronómico servicios complementarios que beneficiará tanto a la comunidad local como a los turistas • Prácticas profesionales y pasantías para cubrir la atención a turistas fuera de los horarios de comercio en temporada alta y para oficinas de información turística en todo el corredor. • Convenio de acceso público a las playas privadas mediante la facilitación de la limpieza de la playa por parte de la comuna, paradores concesionados a privados. • Realizar un mapeo de las inversiones junto al Instituto Mateo Booz para establecer un orden en la prioridad de la misma y su correcta implementación. • Trabajar sobre la implementación en comunas y municipios del Corredor el desarrollo de inversiones turísticas firmados por profesionales de arquitectura y turismo. • Campañas de Sensibilización turística a la ciudadanía del corredor de la costa. Ventajas, beneficios, emprendimientos, trato al turista,
--	--	---

		información turística.
<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Controlar los recursos naturales: control de la caza y la pesca. • Servicios como Internet, Luz y Gas que faltan y frenan el crecimiento. • Muchos accidentes en la Ruta a la altura de Rincón por la confusión de la doble mano alternativa. • Mantenimiento de calles de tierra y ripio que acceden a los emprendimientos turísticos. • Necesidad de crear un plan de desarrollo turístico en términos de zonificación, tipologías constructivas, conservación del patrimonio • Falta la concientización del turismo sobre los beneficios del turismo. • Existencia de una competencia desleal. 	<p>FA: MAX - MIN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la utilización de energías alternativas no contaminantes y renovables. Ej: Luz-Panel Solar, Diferenciación de residuos domiciliarios para utilizarlos en función de la sustentabilidad del medio ambiente. • Realizar zonas wifi concretas y bien definidas en cada emprendimiento turístico a fin de no permitir la proliferación de los tendidos de fibra óptica. • Crear un presupuesto participativo entre Municipios, comunas y privados para el mejoramiento y manutención de los caminos existentes. • Generar de manera interdisciplinaria un plan de zonificación dispuesto para los emprendimientos turísticos que se quieran llevar adelante. El cuerpo interdisciplinario debería estar conformado, por profesionales del turismo, arquitectos, geólogos, topógrafos, profesionales de hidráulicas, ing. Civiles, los cuales dispondrán plazos de realización de proyectos, tamaños en mts2 máximos y mínimos donde se puedan realizar los 	<p>DB: MIN - MIN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar adelante un estudio de mercado definiendo el perfil de turista potencial para promocionar en los mercados metas. • Capacitaciones en hotelería para los cabañeros. Registro de huéspedes, estadísticas propias, formación en las actividades de front y back office. • Trabajar pactos sustentables con frigoríficos, cotos de caza y toda aquella actividad extractiva que pueda atentar a las sustentabilidad de los recursos naturales. Promocionar nuevas alternativas sustentables como productos turísticos ej.: birdwatching, safari fotográfico, trekking, visitas a islas y turismo de supervivencia. • Registro único de cabañas bajo normas específicas que establezcan series de requisitos para el buen funcionamiento y respeto del entorno circundante. Campañas de sensibilización. Asistencia financiera a las empresas inscriptas. Responsabilidad social empresaria. Normas de Calidad (IRAM)

	<p>emprendimientos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none">• Trabajar el crecimiento sostenido de la actividad turística mediante la elaboración de planes de acción y estadísticas para la toma de futuras decisiones en lo que refiere a políticas proactivas y presupuestos acordes a la realidad turística y su mejor desempeño.	
--	--	--

Parte I. Análisis general del corredor

1. Introducción

El corredor de la Ruta 1 incluye 12 localidades (2 son parajes): Colastiné Norte, San José del Rincón, Arroyo Leyes, Santa Rosa de Calchines (a la cual pertenece el Paraje Los Zapallos), Cayastá, Helvecia (a la cual pertenece el Paraje Campo del Medio), Saladero Cabal, San Javier, Alejandra y Romang. Para realizar las encuestas, estas localidades fueron divididas en dos “Unidades de Trabajo”, establecidas por cercanía entre ellas. La primera Unidad incluye las localidades que van desde Colastiné Norte hasta Saladero Cabal, y la segunda Unidad, las localidades entre San Javier y Romang, incluidas ambas. Las principales estadísticas pueden ser observadas en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1: Resumen Corredor Ruta 1.

	Unidad de trabajo		
	TOTAL UNIDAD 1	TOTAL UNIDAD 2	TOTAL GENERAL
Cantidad de establecimientos detectados	206	91	297
Cantidad de establecimientos encuestados	173	76	249
Cantidad de plazas	1.982	714	2.696
Cantidad de cubiertos	2.860	830	3.690
Cantidad de establecimientos en proyecto	12	1	13

En todo el corredor se han detectado un total de 297 establecimientos, de los cuales pudieron ser relevados 249 (aproximadamente un 65% en ambas unidades). De este total, 206 establecimientos pertenecen a la Unidad de Trabajo N° 1, pudiendo relevar 173 de ellos, y 91 establecimientos a la Unidad de Trabajo N° 2, encuestando 76 en total.

Por otro lado cabe destacar que el total de registros del relevamiento es de 280 encuestas, lo que se explica dado que varias firmas desarrollan más de un tipo de actividad, razón por la cual fueron contabilizadas en cada categoría.

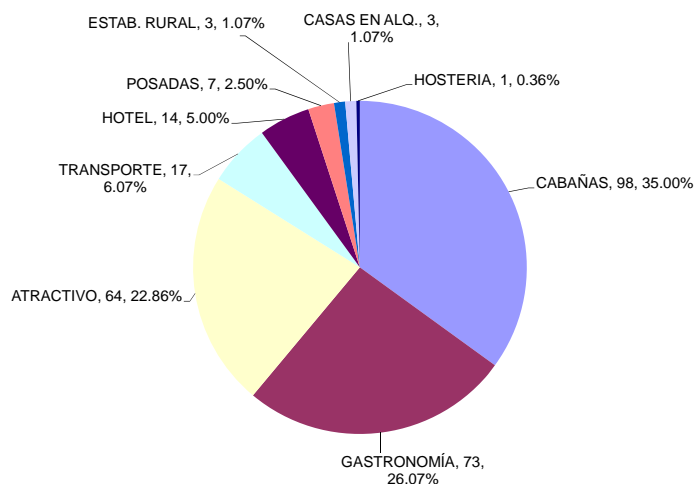
La cantidad total de plazas es mayor en la Unidad N° 1 (1.982) respecto a la Unidad N° 2 (714). Sin embargo tomando el promedio por localidad (dividimos la cantidad de plazas por la cantidad de localidades), el resultado es de 220 plazas promedio por localidad en la primera y de 239 en la segunda unidad. Por otra parte, sólo un 6% de los establecimientos encuestados respondieron que están proyecto, de los cuales uno corresponde a la Unidad N° 2.

2. Cantidad de establecimientos por tipo y por localidad.

Los establecimientos productivos fueron divididos en nueve categorías, de las cuales seis corresponden a tipos de alojamiento: casas en alquiler, establecimientos rurales, posadas, hoteles,

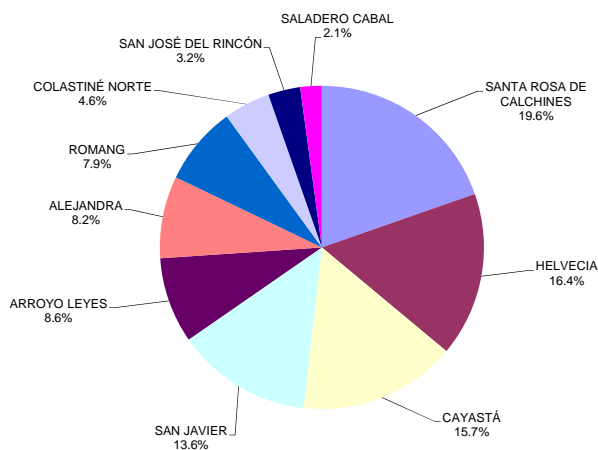
cabañas y hosterías. Por otro lado se incluyeron: atractivos turísticos, servicios gastronómicos y empresas de transporte. De todas estas categorías, la mayor parte corresponde a cabañas, seguida por los servicios gastronómicos y los atractivos, en ese orden, tal como se deriva del Gráfico N° 1.

Gráfico N° 1: Distribución de establecimientos por categoría.



Por otra parte, como se observa en el Gráfico N° 2, las localidades que concentran el mayor número de establecimientos son Santa Rosa de Calchines, Helvecia y Cayastá, de la Unidad N° 1, y San Javier, de la Unidad N° 2. Entre ellas suman el 68% del total.

Gráfico N° 2: Distribución de establecimientos por localidad.



Al cruzar los datos de localidades y tipos de establecimientos, se destacan la cantidad de establecimientos de cabañas en Cayastá, Santa Rosa de Calchines y San Javier (19, 16 y 13, respectivamente), y de servicios gastronómicos de Santa Rosa de Calchines y Helvecia (15 y 14, respectivamente) y los atractivos de Santa Rosa de Calchines (17). En cuanto a la variedad de tipos de establecimientos, las dos localidades que se destacan son Helvecia y Cayastá.

Campings

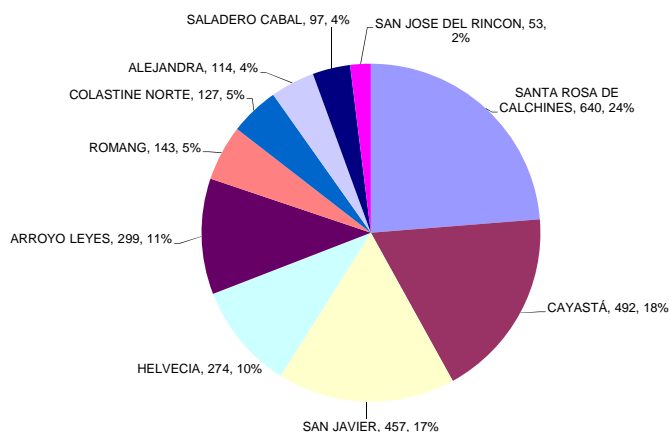
En el corredor están establecidos una gran cantidad de campings, tanto municipales como gremiales que se constituyen como lugares de recreación familiar, así como también una opción para el alojamiento en la zona.

En total son más de 20, ubicados en las localidades de Alejandra (1), Arroyo Leyes (3), Cayastá (2), Colastiné Norte (7), Romang (1), Saladero Cabal (1), San Javier (1), y San José del Rincón (7).

3. Cantidad de plazas por tipo y localidad.

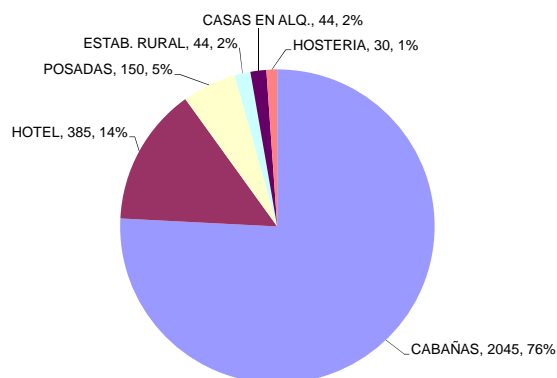
Del Gráfico Nº 3 se observa que la localidad con mayor número de plazas es Santa Rosa de Calchines (incluido Los Zapallos), seguida por Cayastá y San Javier. Luego está Helvecia (incluido Campo del Medio) y Arroyo Leyes, y todas las demás. De las localidades nombradas, sólo una pertenece a la segunda unidad de relevamiento.

Gráfico Nº 3: Distribución de plazas por localidad.



De acuerdo al análisis que se deriva del Gráfico Nº 4, la mayor parte de las plazas se incluyen dentro de las cabañas, seguido en importancia por los hoteles. Las cabañas constituyen el principal medio de alojamiento en todas las localidades, con la excepción de Romang, donde es la categoría de Hotel la que presenta mayor proporción de plazas. Tomando en consideración la cantidad de plazas, San Javier y Cayastá son las localidades que tienen relevancia en cuanto a los hoteles. Por su parte, Helvecia es la que presenta mayor variedad en su servicio de alojamiento, al igual que lo que lo observado en cuanto a los tipos de establecimientos en general, seguido por Cayastá y Santa Rosa de Calchines.

Gráfico Nº 4: Distribución de plazas por tipo de alojamiento.



En la Tabla Nº 2 se muestran los promedios por Km. de cantidad de establecimientos para alojamiento y cantidad de plazas, para ambas unidades y el total del corredor.

Tabla Nº 2: Promedio por Km. de cantidad de establecimientos para alojamiento y cantidad de plazas.

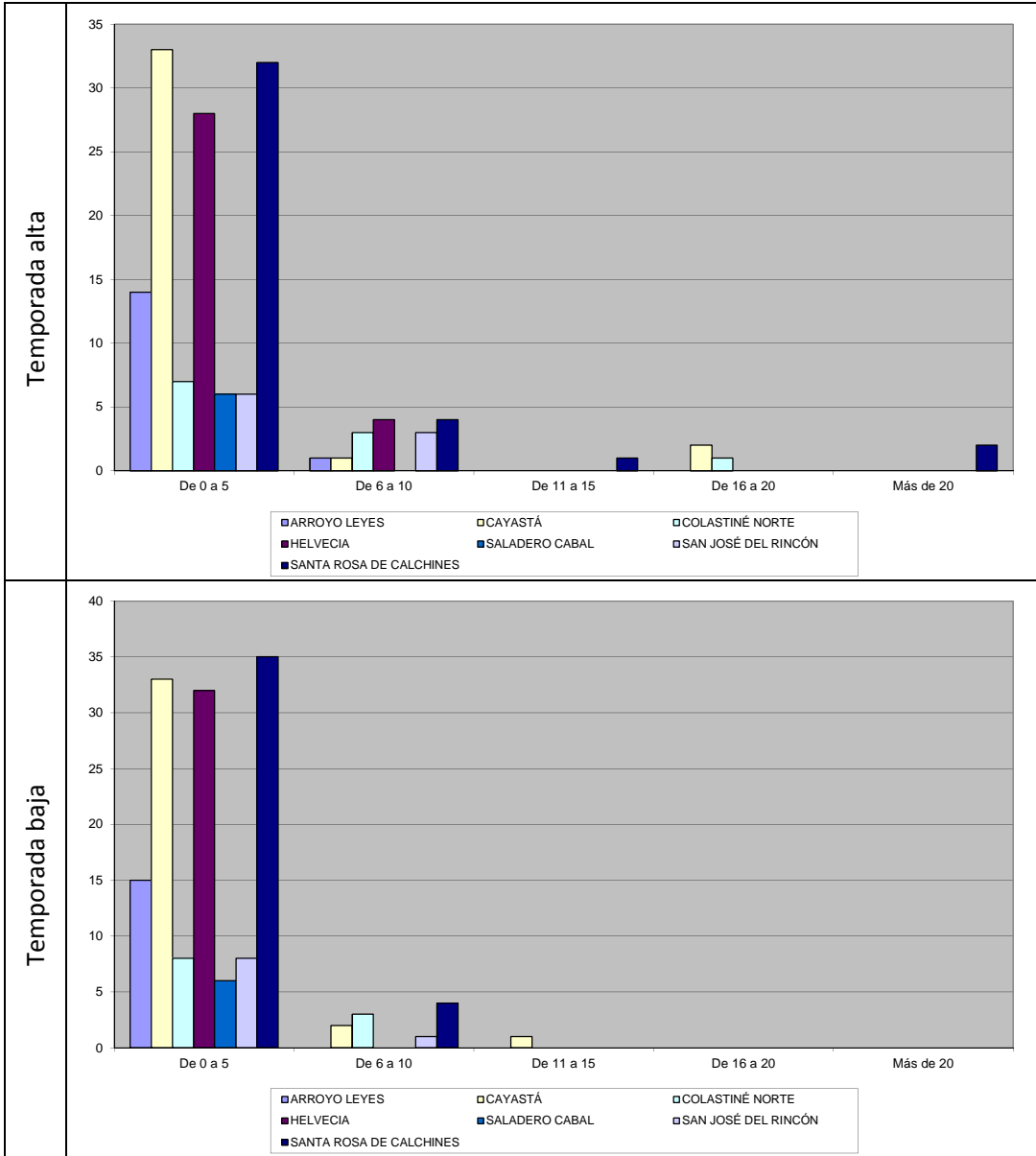
UT	Extensión en Kms.	Cantidad de estab. para alojamiento	Promedio de estab. por Km.	Cantidad de plazas	Promedio de plazas por Km.
1	106	86	0.81	1,982	18.70
2	163	40	0.25	714	4.38
Total	269	126	0.47	2,696	10.02

4. Empleo

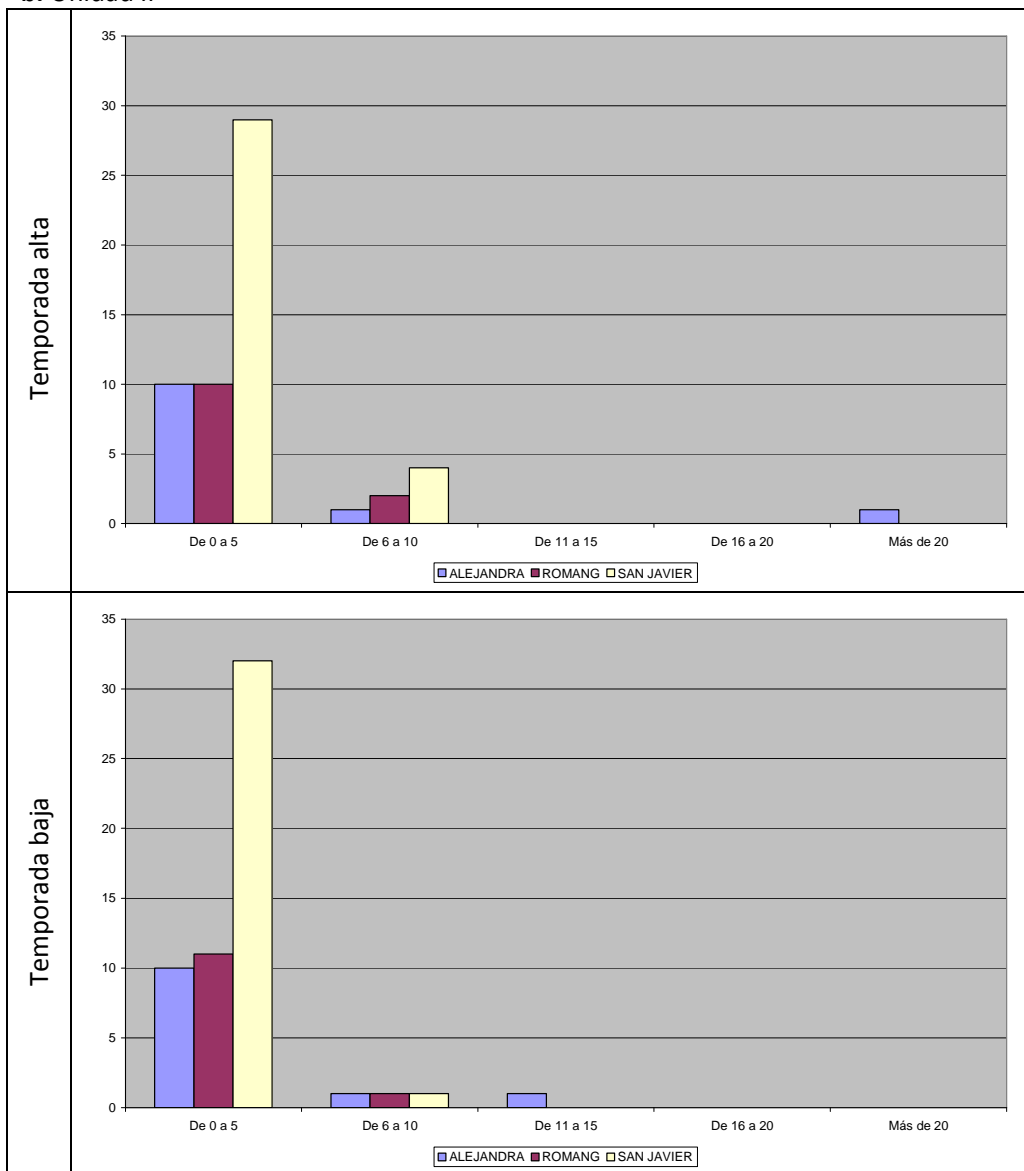
La mayor cantidad de los establecimientos están ubicados en una escala de 0 a 5 empleados, tanto en la Unidad I como la II. Esta situación es similar entre temporadas alta y baja. Sigue luego, en general, el intervalo que va de 6 a 10 empleados, y por último algunos establecimientos que se ubican dentro de los intervalos mayores.

Tomando la distribución que se presenta en los gráficos se puede estimar que en el corredor se generan un total aproximado de 609 empleos permanentes (todo el año), a lo que se suman un 23% más en temporada alta.

Gráfico Nº 5. Distribución de la cantidad de empresas por rango de cantidad de empleados
a. Unidad I

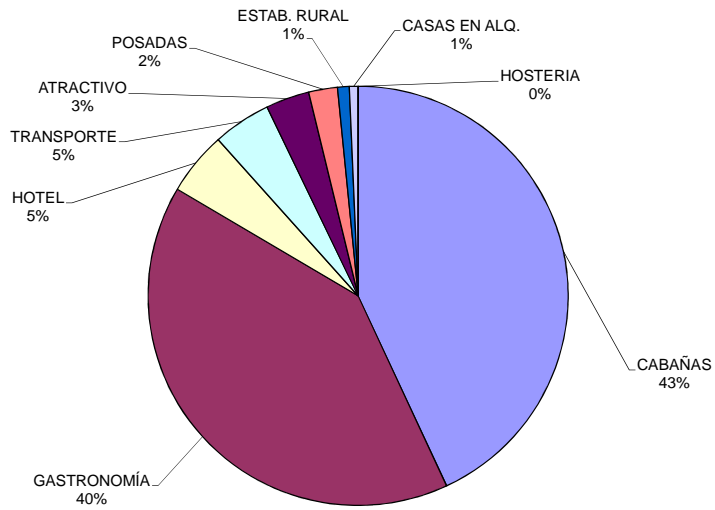


b. Unidad II



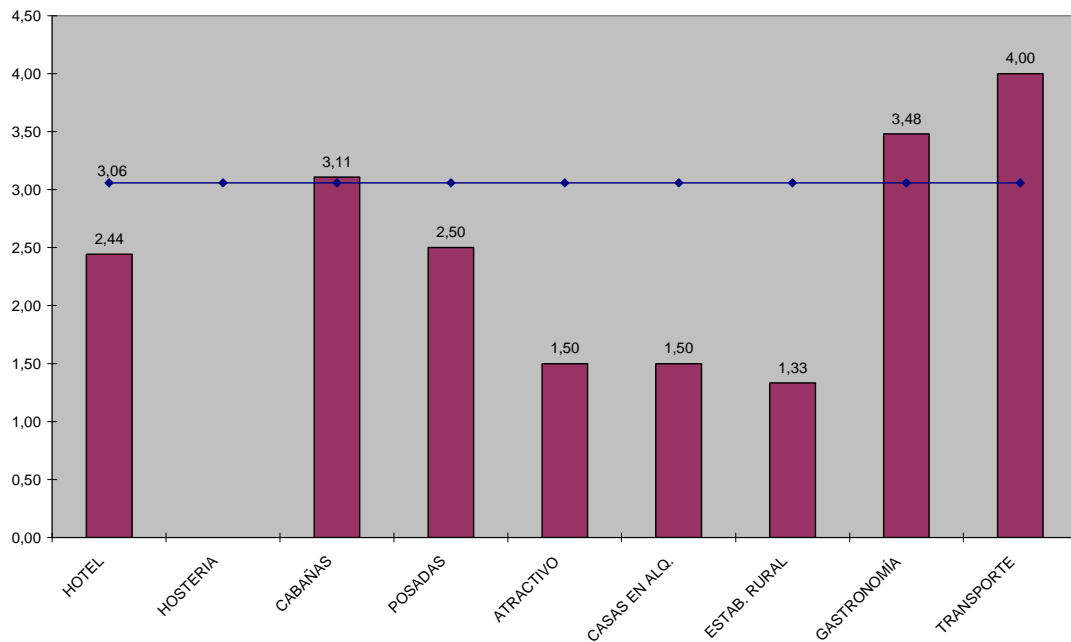
Pasando a analizar la cantidad de empleados por tipo de establecimiento, en el Gráfico N° 6 se observa que la categoría de cabañas es la más importante, seguida por los servicios gastronómicos. Sólo estas dos categorías concentran el 83% de los empleados, a las que les siguen los hoteles y el transporte, con un 5% cada uno. En último término aparecen las demás categorías, con porcentajes bajos.

Gráfico Nº 6: Cantidad de empleados por tipo de establecimiento.



Por otro lado, atendiendo al promedio de empleados por establecimiento, por cada categoría, el promedio general dio 3,06. Por encima de dicho promedio se encuentran el transporte, los servicios gastronómicos, y, en menor medida, los complejos de cabañas. El menor número se da para el caso de los establecimientos rurales, mientras que para el caso de la hostería no se tuvieron datos.

Gráfico Nº 7: Promedio de empleados por establecimiento.



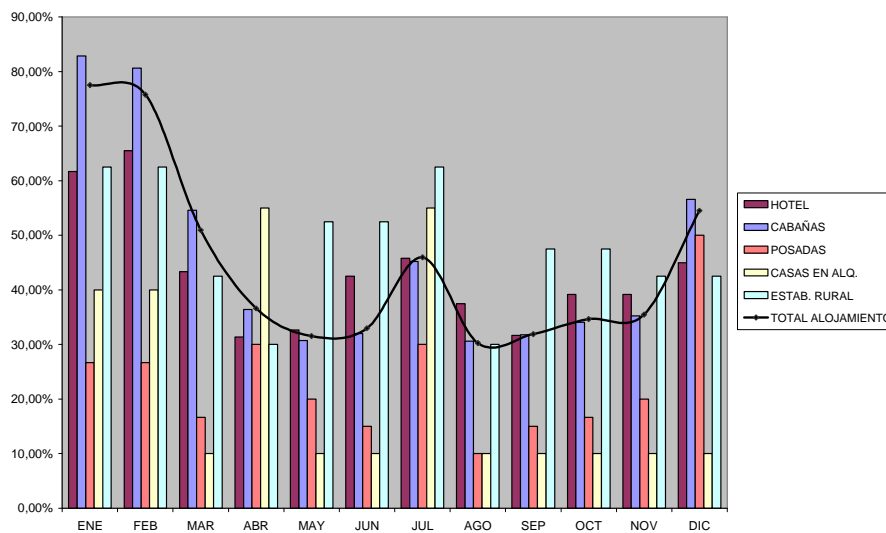
5. Porcentaje de ocupación promedio

En general, en los servicios de alojamiento, los mayores porcentajes de ocupación corresponden a los primeros dos meses del año, superando el 80% para el caso de las cabañas. Los hoteles marcan un porcentaje mayor en febrero que en enero.

Entre marzo y noviembre se registra un amesetamiento de los porcentajes de ocupación prácticamente en todas las categorías. Sin embargo para el mes de julio se registran valores más elevados, y tanto las casas en alquiler (ubicadas en Cayastá y Helvecia) como los establecimientos rurales (ubicados en Campo del Medio, de Helvecia, y Santa Rosa de Calchines) marcan ocupaciones superiores al 50%.

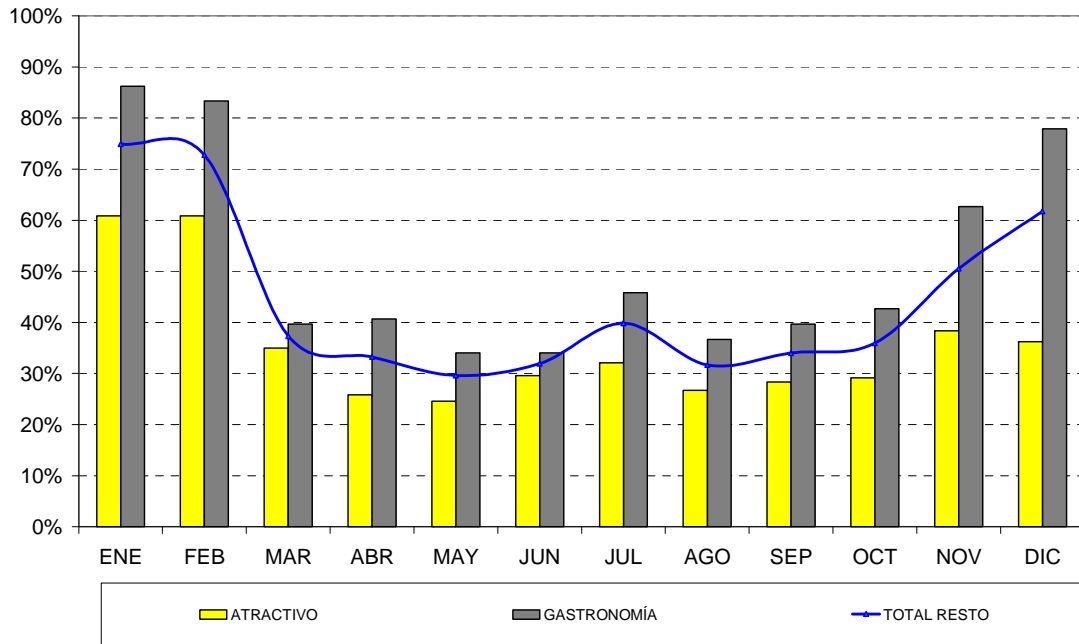
Durante el último mes del año empieza nuevamente a crecer, observándose porcentajes de ocupación cercanos al 50%.

Gráfico Nº 8: Porcentaje de ocupación promedio mensual. Establecimientos con alojamiento.



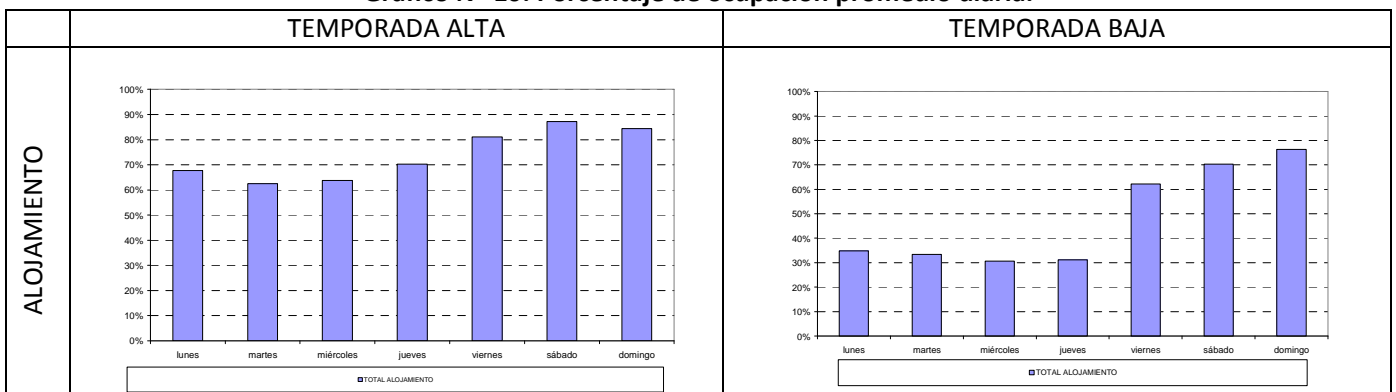
En sintonía con lo anterior los establecimientos prestadores de servicios de atractivos y gastronomía muestran los mayores niveles de ocupación durante los dos primeros meses del año, con leves incrementos en julio y repuntes en noviembre y diciembre. Por otro lado, para los transportes no se obtuvo información al respecto.

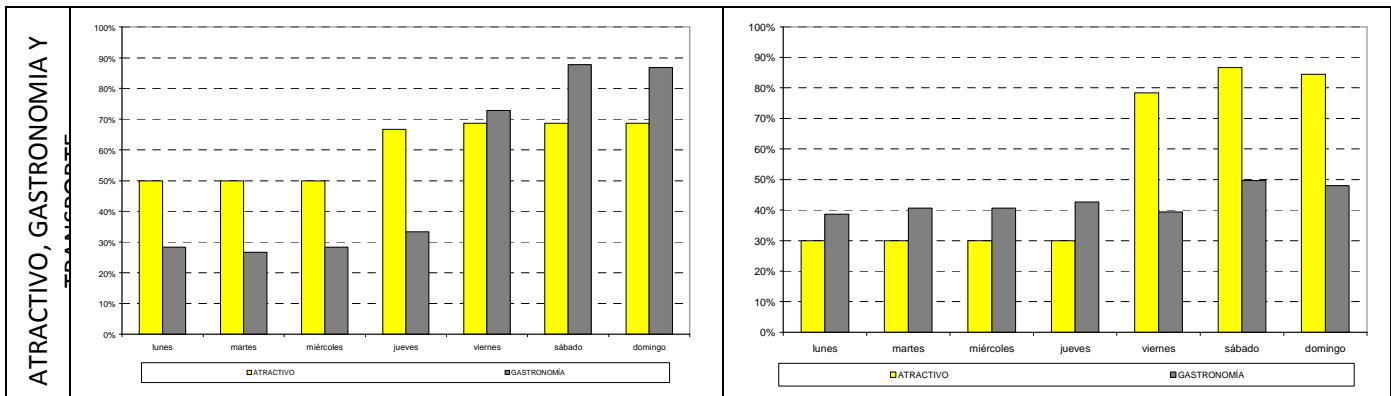
Gráfico Nº 9: Porcentaje de ocupación promedio mensual. Establecimientos que brindan servicios de atractivo, gastronomía y transporte.



En relación a los porcentajes promedios de distribución dentro de la semana, se obtuvieron valores relativamente estables entre lunes y miércoles/jueves, y desde jueves/viernes hasta el domingo. Los valores para temporada baja son levemente menores que en temporada alta para los días viernes a domingo, mientras que para los días lunes a jueves caen a la mitad.

Gráfico Nº 10: Porcentaje de ocupación promedio diaria.





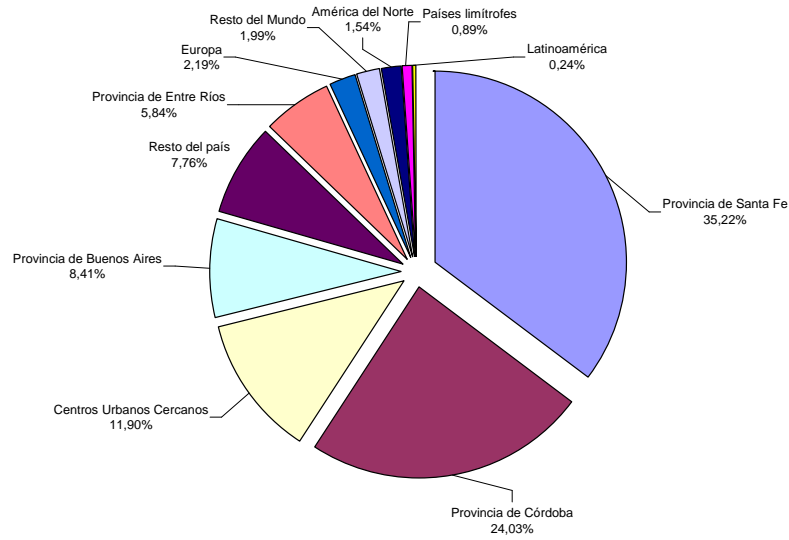
En temporada alta la categoría hotel alcanza su mayor ocupación los jueves, mientras que las cabañas y posadas los días sábado y domingos. En cuanto a los establecimientos gastronómicos superan el 80% los días sábado y domingos, mientras que los atractivos llegan casi al 70% en esos días.

En temporada baja las diferencias entre días de semana y fines de semana se acentúan salvo para los servicios gastronómicos. En el caso de las cabañas y atractivos la ocupación crece más que el doble entre el lunes y el sábado/domingo. La categoría hotel presenta mayor ocupación los días martes y miércoles. Mientras que los porcentajes para la gastronomía son bastante estables entre el 40 y el 50%, aproximadamente.

6. Procedencia de la demanda

En lo que respecta al lugar de procedencia de la demanda turística, en el Gráfico N° 12 se observa que la mayor parte corresponde a demanda provincial, llegando a casi el 50% cuando se suma la que corresponde tanto a centros urbanos alejados como cercanos. En segundo lugar aparece la provincia de Córdoba. Por otro lado sólo un 7% aproximadamente corresponde a demanda internacional, en primer lugar de Europa. De países limítrofes sólo llegan el 0,89% del total de demanda.

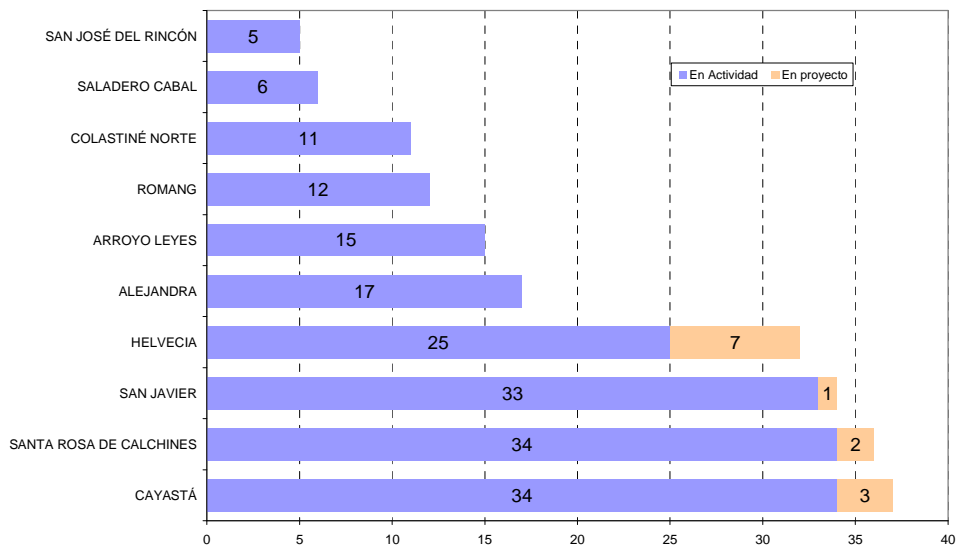
Gráfico Nº 11: Distribución del lugar de procedencia de la demanda turística.



7. Cantidad de establecimientos por estado: en proyecto o actividad.

Desagregando los establecimientos según estén ya en actividad o en proyecto, se observa, de acuerdo al Gráfico Nº 12, que del total de los encuestados el menor porcentaje corresponde a la segunda categoría. Del total de establecimientos en proyecto se destaca Helvecia, seguida por Cayastá, Santa Rosa de Calchines (Los Zapallos) y San Javier, completan el cuadro, en ese orden. Los establecimientos que están en proyecto corresponden a los rubros de cabañas y gastronomía, además de un atractivo en Helvecia.

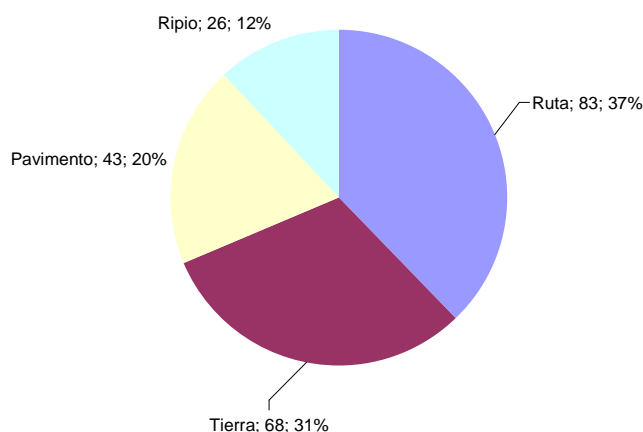
Gráfico Nº 12: Cantidad de establecimientos por estado.



8. Acceso a los establecimientos

En lo que respecta al acceso al establecimiento, como puede observarse en el Gráfico N° 14, en su mayoría se llega por ruta o pavimento (57%), por lo cual el acceso en el total del corredor es bueno. Cuando se mira por localidad, aquellas que tienen un alto porcentaje de acceso por tierra son Santa Rosa de Calchines (47%, sólo Los Zapallos el 69%), Helvecia (47%, sólo Campo del Medio el 50%), y en menor medida, Cayastá (40%). Todas estas localidades son de la Unidad N° 1, con lo cual este tramo del corredor es el que, en principio, tendría peores condiciones de acceso a sus establecimientos. El acceso por ripio presenta un valor bajo en el total, pero es importante en Arroyo Leyes y Alejandra.

Gráfico N° 13: Distribución del acceso a los establecimientos.

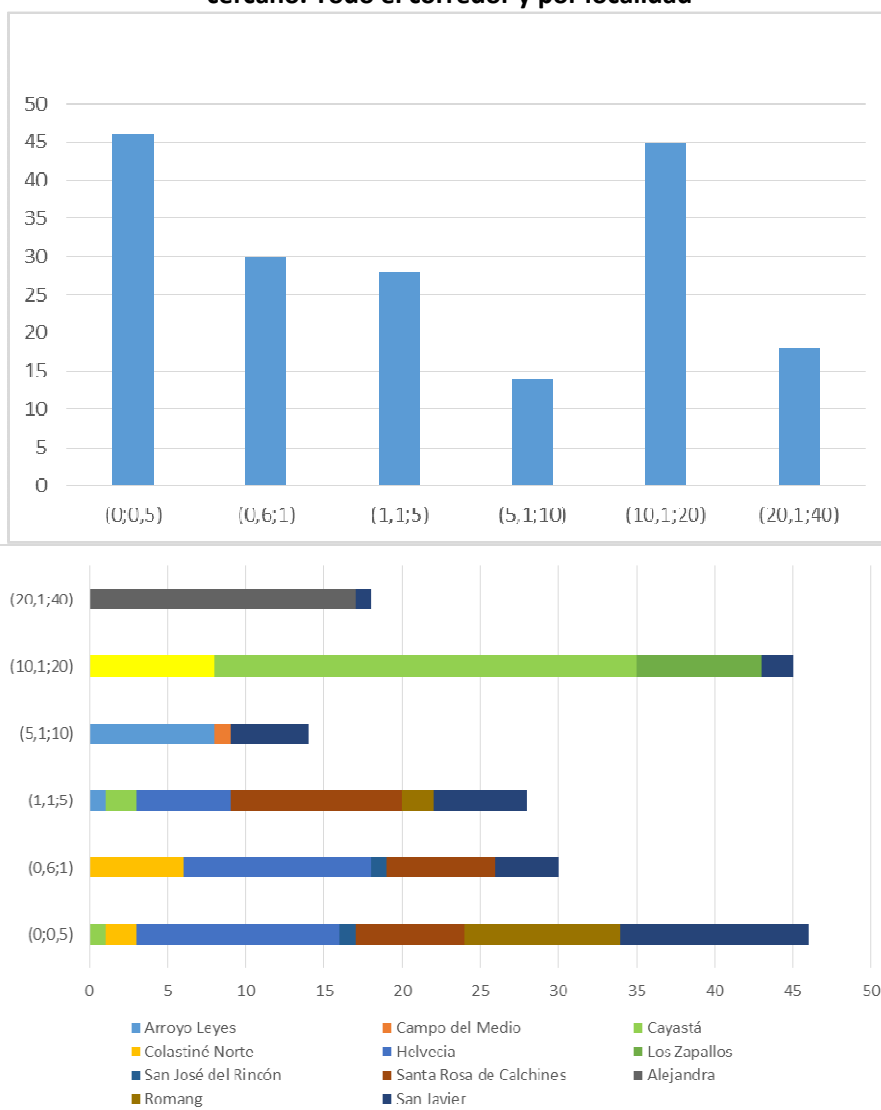


9. Total por ciudad de tipos de servicios

La distancia al cajero automático más cercano y el porcentaje de establecimientos que permiten el pago con tarjeta o moneda extranjera, son dos indicadores de los servicios financieros de la localidad. En cuanto a lo primero, en primer lugar se destaca que el porcentaje de establecimientos que no respondió la consigna es elevada en general en todo el corredor (21%). Respecto a aquellos locales de los que se obtuvo respuesta, se observa que en Arroyo Leyes, Cayastá, Los Zapallos (Santa Rosa de Calchines) y Alejandra, los mayores porcentajes corresponden a la categoría de más de 10 kilómetros de distancia. En particular para Alejandra todos se encuentran a 40km del cajero más cercano. En suma, en todo el corredor un 35% de los establecimientos están a más de 10 kms.

Por otro lado, las localidades que presentan datos más favorables son Helvecia, San José del Rincón, Romang, San Javier y Colastiné Norte, donde los mayores porcentajes se dan para menos de 10 cuadras.

Gráfico N° 14: Cantidad de establecimientos según su distancia al cajero automático más cercano. Todo el corredor y por localidad



En lo que hace a medios de pago alternativos, como se muestra en el Gráfico N° 15, la aceptación de moneda extranjera es más común que la opción de tarjeta. Pero en términos porcentuales ambos presentan valores muy bajos. Cerca del 55% de los establecimientos, en ambas unidades, no aceptan moneda extranjera. Mientras que un 76% en la primera unidad no aceptan tarjeta, y un 83% en la segunda. Pormenorizando por localidad, tres presentan proporciones altas de aceptación de moneda extranjera: de la primera unidad, Colastiné Norte (75%), Arroyo Leyes (56%), y de la segunda unidad, Alejandra (72%). Del pago con tarjeta, sólo es considerable en Colastiné Norte (42%). Para hacer comparables los valores en cada localidad, al lado del Gráfico N° 15 se incluye la tabla con la cantidad de respuestas para cada ítem. Por otro lado, es importante señalar que los establecimientos que aceptan tarjeta, en general también aceptan el pago con moneda extranjera, excepto por tres casos: uno de Cayastá, otro en Colastiné Norte, y el de Romang.

Gráfico N° 15: Cantidad de establecimientos según medios de pago alternativos.

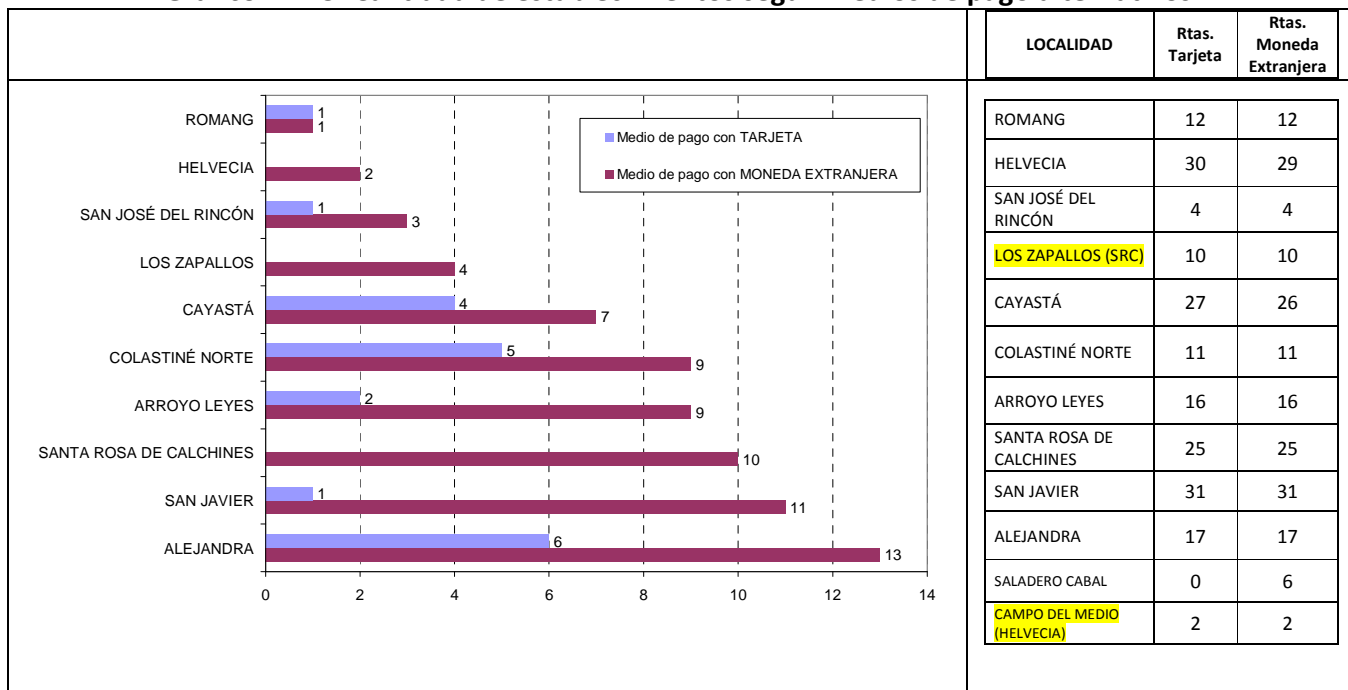
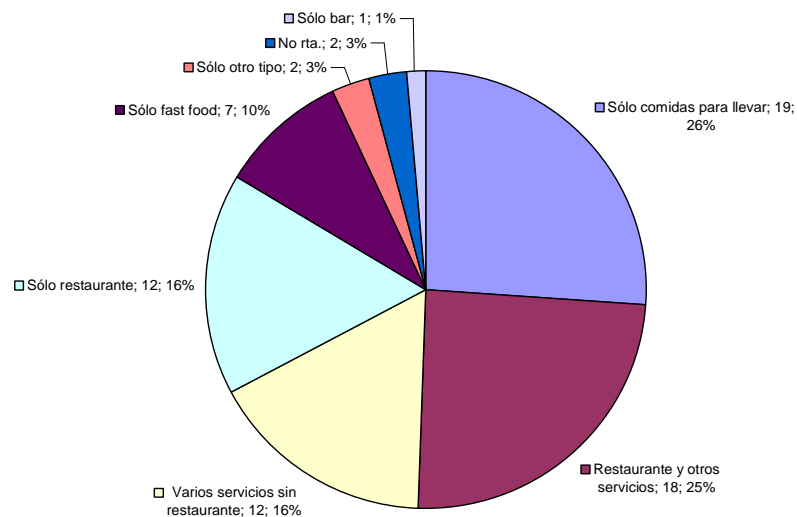


Gráfico N° 16: Distribución de servicios gastronómicos según categorías.

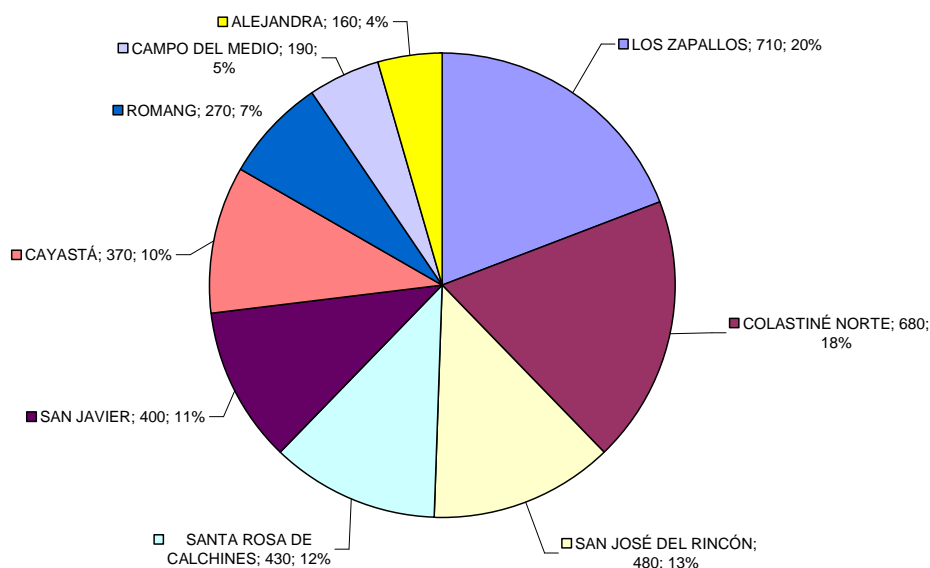


Los servicios gastronómicos que se ofrecen son otro aspecto esencial dentro de un análisis de la calidad del servicio turístico de una localidad, y dentro de ellos, el número de restaurantes. De este aspecto se observa en el Gráfico N° 17 que si tomamos las categorías individualmente, la

mayor parte de los establecimientos son sólo comidas para llevar (19, 26%). Si los dividimos en los que tienen el servicio de restaurante y los que no, el 59% de los establecimientos gastronómicos no tienen ese servicio. Además, según se dijo antes, aproximadamente la tercera parte de los establecimientos encuestados son gastronómicos. En cuanto a la ubicación de los restaurantes, de los 31 establecimientos que presentan este servicio, 22 pertenecen a la primera unidad. En promedio (tomando todas las localidades del corredor), en la Unidad N° 1 hay 2,2 restaurantes por localidad, mientras que en la Unidad N° 2 hay 1,8 restaurantes por localidad. Además, Romang, con 5 restaurantes, es la localidad que mayor número tiene.

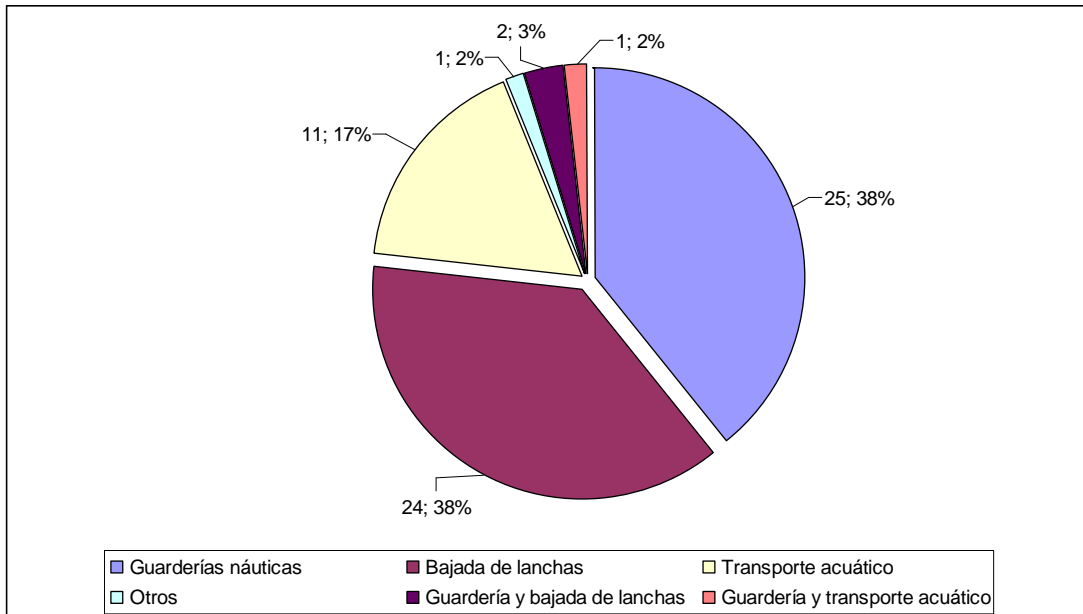
Otro indicador de la calidad del servicio gastronómico es la cantidad de cubiertos. De este aspecto se recoge en el Gráfico N° 17 la cantidad absoluta y porcentual por localidad. En Santa Rosa de Calchines (incluyendo el Paraje Los Zapallos) se registraron 1.140 cubiertos. En segundo lugar aparece Colastiné Norte, seguido por San José del Rincón, San Javier y Cayastá. En total, de 3.690 cubiertos en todos los establecimientos del corredor, 2.860 (78%) corresponden a la primera unidad y 830 (22%) a la segunda. El 89% de los cubiertos pertenecen a restaurantes. Por último, cinco restaurantes no respondieron la cantidad de cubiertos, siendo todos de localidades de la Unidad N° 1.

Gráfico N° 17: Distribución por localidad de la cantidad de cubiertos.



Por último, respecto de los atractivos turísticos, en su mayoría son guarderías náuticas o bajadas de lanchas, con porcentajes similares. En tercer lugar aparecen los transportes acuáticos, existiendo además unos pocos establecimientos que incorporan varios servicios.

Gráfico N° 18: Distribución de atractivos turísticos según categorías.



10. Inversión instalada en complejos de alojamiento

La superficie cubierta total estimada para los establecimientos encuestados destinados a prestar servicio de alojamiento alcanza los 245.523 m², correspondiendo la misma en un 90% a Cabañas. El 10% restante se distribuye entre hoteles, posadas, hosterías, y establecimientos rurales.

A los efectos de valorizar esta inversión realizada sobre el corredor se toma en consideración el valor del metro cuadrado construido para una vivienda individual. Este dato es suministrado por la Revista Cifras, y en abril de 2013 alcanzó los \$6.564,16.

De acuerdo a la información expuesta precedentemente el valor de la inversión instalada en materia de alojamiento en el corredor turístico de la Ruta 1 sería aproximadamente de \$1.611,7 millones de pesos (a valor de abril de 2013).

Considerando que el corredor tiene una extensión de 269km, se podría afirmar que hay una inversión cercana a los \$6 millones por kilómetro.

De acuerdo a la información suministrada se estimó que la localidad con mayor inversión en infraestructura de alojamiento para el turismo es Cayastá, seguida por Santa Rosa de Calchines y San Javier.

TABLA N°3. Estimación de inversión instalada en el corredor turístico de la Ruta provincial N° 1.

	Superficie cubierta promedio por establecimiento (en m ²)	Superficie cubierta total (en m ²)	Inversión instalada (en millones de pesos)
Hotel	1,941.4	23,297.1	152.9
Hostería	400.0	400.0	2.6
Cabañas	2,392.9	217,756.0	1,429.4
Posadas	633.3	3,800.0	24.9
Establecimiento rural	90.0	270.0	1.8
TOTAL GENERAL		245,523.1	1,611.7

LOCALIDAD	Inversión estimada por localidad
ARROYO LEYES	192.6
CAYASTÁ	315.3
COLASTINÉ NORTE	59.9
HELVECIA	155.6
SALADERO CABAL	94.2
SAN JOSÉ DEL RINCÓN	62.8
SANTA ROSA DE CALCHINES	277.7
TOTAL UNIDAD 1	1158.2
ALEJANDRA	141.4
ROMANG	44.2
SAN JAVIER	267.9
TOTAL UNIDAD 2	453.4
TOTAL GENERAL	1611.7

11. Gasto anual estimado en el corredor en establecimientos de alojamiento

Para calcular el gasto anual efectuado por los visitantes por el concepto de alojamiento se tomaron en consideración la cantidad de plazas, tarifas promedio y porcentajes de ocupación registrados en las encuestas. Cabe destacar que las tarifas corresponden al período en el cual se realizó el relevamiento (noviembre 2012-junio 2013).

El ingreso de dinero a las localidades del corredor asciende a **\$49,3 millones anuales**, destacándose la participación de los complejos de Cabañas (80,4% del total), seguido por Hoteles (15,3%).

TABLA N°4. Estimación del gasto anual estimado en el corredor en establecimientos de alojamiento.

	Cabañas	Casas en alquiler	Establecimientos rurales	Hosterías	Hoteles	Posadas	TOTAL
Enero	6.070.450	35.374	61.500	64.800	965.743.0	37.889	7.235.756
Febrero	5.338.775	34.113	61.500	64.800	931.531.4	47.854	6.478.573

Marzo	4.214.917	22.950	43.500	40.500	653.354.0	36.882	5.012.103
Abril	3.240.150	18.123	31.500	64.800	522.997.0	54.673	3.932.242
Mayo	2.264.227	15.997	85.500	40.500	495.097.3	45.563	2.946.885
Junio	2.063.609	16.126	85.500	24.300	544.577.8	40.698	2.774.812
Julio	2.969.362	21.520	94.500	40.500	664.644.1	62.074	3.852.601
Agosto	2.203.264	15.338	31.500	24.300	492.781.0	37.041	2.804.225
Septiembre	2.222.520	16.032	48.000	40.500	476.833.9	40.549	2.844.435
Octubre	2.346.129	16.756	48.000	64.800	517.059.8	34.142	3.026.887
Noviembre	2.493.234	18.481	43.500	64.800	547.571.6	37.379	3.204.966
Diciembre	4.292.196	26.061	43.500	64.800	751.353.3	102.048	5.279.958
Total	39.718.832	256.873	678.000	599.400	7.563.544	576.793	49.393.443

12. Gasto promedio por estadía

Para efectuar una estimación del gasto promedio por estadía en el corredor de la costa se han considerado en primer lugar el valor diario por persona de la estadía promedio, entre los distintos tipos de establecimientos:

	Valor de la estadía promedio diaria por persona (\$)
Enero	96
Febrero	86
Marzo	66
Abril	52
Mayo	39
Junio	37
Julio	52
Agosto	37
Septiembre	38
Octubre	40
Noviembre	43
Diciembre	70

Por otro lado el gasto promedio en un plato de pescado en la zona es de \$83,2, a lo cual si se le suma un postre (\$15) y la bebida, se podría llegar al costo aproximado de **\$120 por comida**.

Considerando el costo de una minuta de rotisería \$34,4 por porción, sumando un postre (\$15) y bebida se podría aproximar un costo de **\$70 por comida**.

De acuerdo a los datos presentados anteriormente la estadía en enero de una familia tipo de cuatro personas por cinco días rondaría los **\$4.960** (cuatro comidas de pescado + cuatro comidas de minutas).

Parte II. Análisis por localidad

Localidad: Arroyo Leyes

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Arroyo Leyes se encuestaron un total de 24 establecimientos. De este total, 13 corresponden a servicios de alojamiento, siendo 12 de cabañas y 1 de posadas.

La población de la localidad es de 3.012 habitantes, teniendo capacidad de alojar aproximadamente un 10% de este total (299 plazas) en los establecimientos que prestan este tipo de servicio.

TABLA Nº 5: Cantidad de establecimientos para alojamiento y plazas correspondientes; servicios de atractivo. Arroyo Leyes.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/Cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Cabañas	12	239
Posadas	1	60
Total alojamiento	13	299
Otros		
Atractivos	11	-
TOTAL	24	

Cabe destacar que el total de establecimientos ya se encuentran en actividad.

En cuanto a la titularidad se observa que en los establecimientos de la categoría de atractivos la persona jurídica responsable reside en Arroyo Leyes. Para el caso de los alojamientos es válido para 8 de los mismos. El resto tiene responsables ubicados en la ciudad de Santa Fe. Estos últimos son todos establecimientos de mediana o pequeña superficie ocupada (menores a una ha.).

Condiciones de acceso

TABLA Nº 6: Distribución del acceso a los establecimientos por tipo. Arroyo Leyes.

	Tierra	Ruta	Ripio	Total
Cabañas	3	3	6	12
Atractivos			4	4
Total general	3	3	10	16

En lo que respecta a las condiciones de acceso a los establecimientos, mientras que los que corresponden a atractivos turísticos tienen acceso por ripio, las cabañas se encuentran más repartidas entre éste último, por tierra y ruta.

Accesibilidad o distancias a servicios

Los establecimientos de Arroyo Leyes se encuentran a una distancia de entre 40 y 60 kms. del aeropuerto más cercano, habiendo respondido la mitad una distancia de 55 kms. Por otro lado, todos tienen a más de 10 kms. a la terminal de ómnibus más cercana, 31% a menos de 25 kms. (cuatro cabañas y un atractivo). En cuanto a la distancia al hospital o sanatorio más próximo, cuatro establecimientos (25%) se encuentran a menos de un km., una cabaña se encuentra a 6 kms., mientras que el resto está entre 1 y 5 kms. En lo que respecta a estación de servicio, sólo un establecimiento se encuentra a menos de un km. de distancia, mientras que alrededor del 87% están a más de 5 kms. En cuanto al servicio de proveeduría, el 56% se ubican a menos de 500 m. de distancia. En último lugar, las distancias a locales de artesanías son muy variables, aunque la mayor parte están entre 1 y 5 kms.

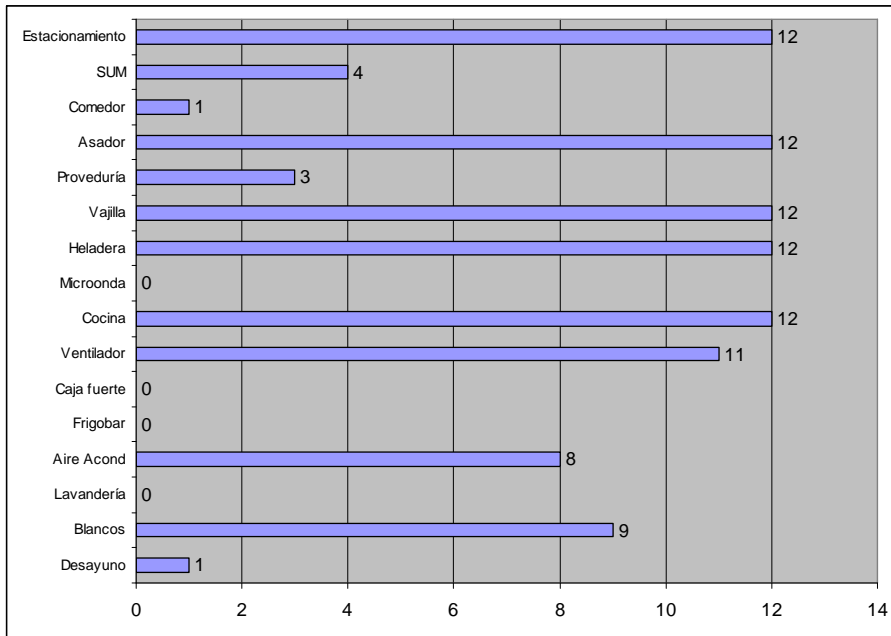
Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, tenemos que dos establecimientos (13%) respondieron que cuentan con alquiler de lancha, seis (38%) tienen servicio de guías, cuatro firmas (25%) tienen limpieza de lanchas, al igual que excursiones de pesca y paseos en lancha, mientras que siete (44%) cuentan con malacate. La posada además cuenta con sauna y sala de masajes, y un mini gimnasio.

Por otra parte, seis establecimientos (31%) contestaron tener limpieza de piezas. En cuanto a los juegos, cuatro tienen juegos infantiles y dos con juegos de salón. Dos tienen cabalgatas. Además, doce cuentan con piscina, al igual que TV por cable.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento el total de cabañas tiene estacionamiento, asador, vajilla, heladera y cocina. Mientras que excepto por uno, casi la totalidad tienen ventilador.

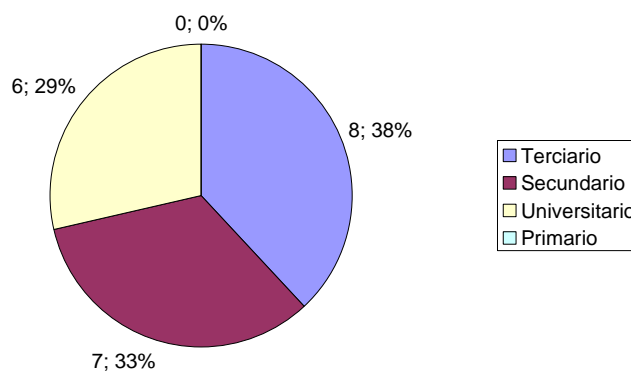
GRÁFICO N° 19: Servicios complementarios del alojamiento. Arroyo Leyes.



Recursos humanos

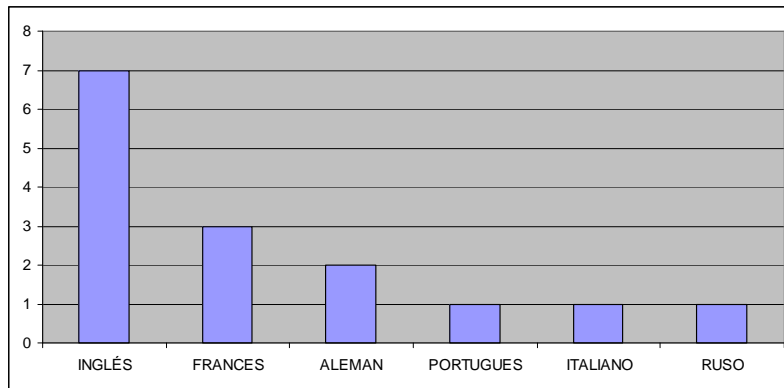
Del total de establecimientos encuestados de Arroyo Leyes, se observa en el Gráfico N° 20 que la mayor parte de los empleados tienen un nivel terciario, aunque los valores de secundario y universitario son similares. Por otro lado, la cantidad de empleados en temporada alta y baja es similar.

GRÁFICO N° 20: Empleados por nivel educativo. Arroyo Leyes.



En cuanto al conocimiento de idiomas, sólo siete establecimientos contestaron la consigna. De ellos, todos respondieron que tienen empleados con conocimiento de inglés, repartido entre los niveles regular y bueno (uno con nivel excelente). Le sigue en importancia el idioma Francés, con tres establecimientos.

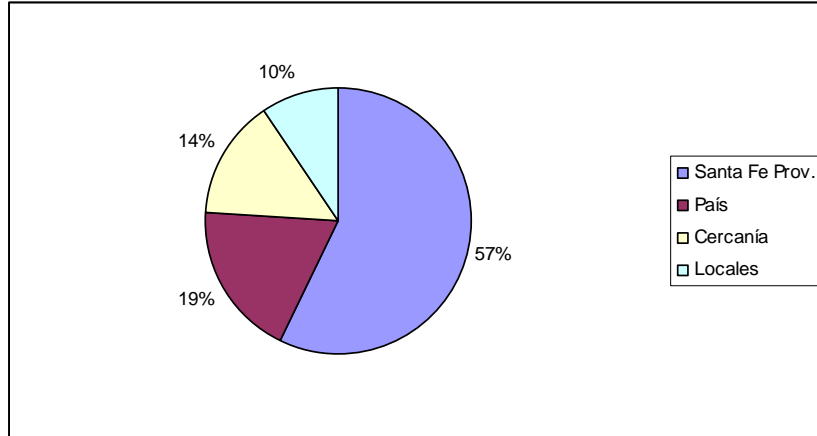
GRÁFICO N° 21: Conocimiento de idiomas de los empleados. Arroyo Leyes.



Respecto al conocimiento de la zona, once establecimientos respondieron que sus recursos humanos tienen un conocimiento bueno y tres firmas que es excelente.

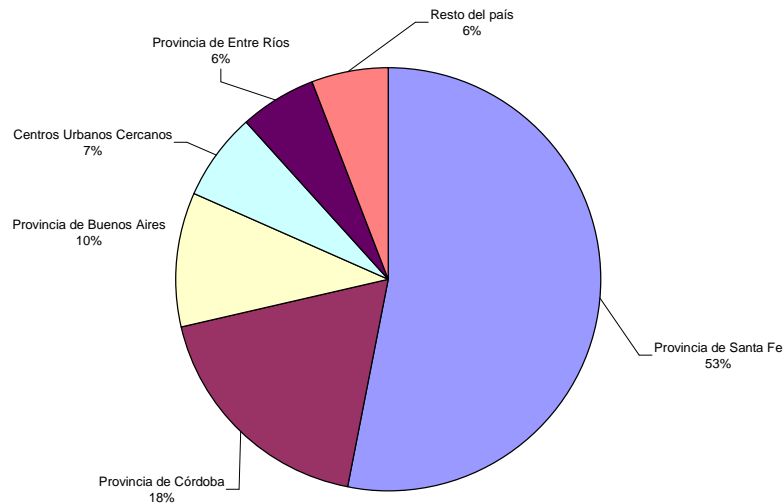
Por último, sólo un 10% de los empleados son locales, siendo la mayoría procedente de localidades de la provincia, no cercana a Arroyo Leyes.

GRÁFICO N° 22: Procedencia de los empleados. Arroyo Leyes.



Procedencia de la demanda

GRÁFICO N° 23: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Arroyo Leyes.



En lo que respecta al lugar de procedencia de la demanda turística en la localidad de Arroyo Leyes, en promedio los establecimientos respondieron que más de la mitad provienen de localidades no cercanas de la provincia de Santa Fe. Si le sumamos el porcentaje correspondiente a los centros urbanos cercanos, obtenemos que un 60% de la demanda procede de dicha provincia. Le siguen en importancia las provincias de Córdoba y Buenos Aires, respectivamente. Además, se observa que toda la demanda es nacional.

Localidad: Cayastá

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Cayastá se encuestaron 44 establecimientos. De este total 23 corresponden a servicios de alojamiento. Entre estos se destaca la cantidad de cabañas (19) las cuales disponen de 344 plazas.

La población de la localidad es de 4.450 habitantes, teniendo capacidad de alojar aproximadamente un 11% de este total (492 plazas) en los establecimientos que prestan este tipo de servicio.

TABLA N° 7: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Cayastá.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Hotel	1	104
Cabañas	19	344
Posadas	1	30
Casas en alquiler	2	14
Total alojamiento	23	492
Otros		
Gastronomía	9	370
Atractivos	10	
Transporte	2	-
TOTAL	44	

Cabe destacar que tres establecimientos están en estado de proyecto, siendo dos de ellos de la categoría Cabañas y uno del rubro Gastronomía.

En cuanto a la titularidad se observa que en los establecimientos de las categorías de hotel, gastronomía, atractivo y transporte, la persona jurídica responsable reside en Cayastá. Para el caso particular de las cabañas solo es válido para el 50% de las mismas. El resto tiene responsables ubicados tanto en la ciudad de Santa Fe como en el resto de la provincia y el país.

Condiciones de acceso

El acceso a los establecimientos es por ruta para la mayor cantidad de los servicios gastronómicos. En relación a los complejos de cabañas al 63% se accede por caminos de tierra.

TABLA Nº 8: Distribución del acceso a los establecimientos. Cayastá.

	Tierra	Ruta	Pavimento	Total
Gastronomía	1	6	2	9

Atractivo		3		3
Cabañas	12	7		19
Hotel		1		1
Transporte		2		2
Casa de alquiler	1	1		2
Posada	1			1
Total general	15	20	2	37

Accesibilidad o distancias a servicios

Los establecimientos de Cayastá se encuentran en su mayoría a una distancia de entre 50 y 100 kms. del aeropuerto más cercano (13 firmas), aunque también son importantes los que se ubican entre 100 y 150 kms. (7 firmas). Por otro lado, el porcentaje de no respuesta es alto (46%). Por otra parte, la mayoría tienen entre 70 kms. y 90 kms. la terminal de ómnibus más cercana (30%), aunque no es menor la cantidad que está a 15 kms o menos (aproximadamente el 11%). Nuevamente, las no respuestas presentan una amplia proporción (alrededor del 62%). En cuanto a la distancia al hospital o sanatorio más cercano, cerca de la mitad se encuentran a menos de un km., el 35% entre 1 y 5 kms., mientras que el 19% no contestó. En lo que respecta a estación de servicio, el 57% se encuentra a menos de un km. de distancia, mientras que el 27% está entre 1 y 5 kms. De nuevo, el 16% de los establecimientos no respondieron este ítem. En cuanto al servicio de proveeduría, el 46% se ubica a menos de 500 m. de distancia. Las distancias a locales de artesanías son en un 57% menores o iguales a un kilómetro. La no respuesta en estos dos últimos casos es del 24% y 27% de los establecimientos, respectivamente.

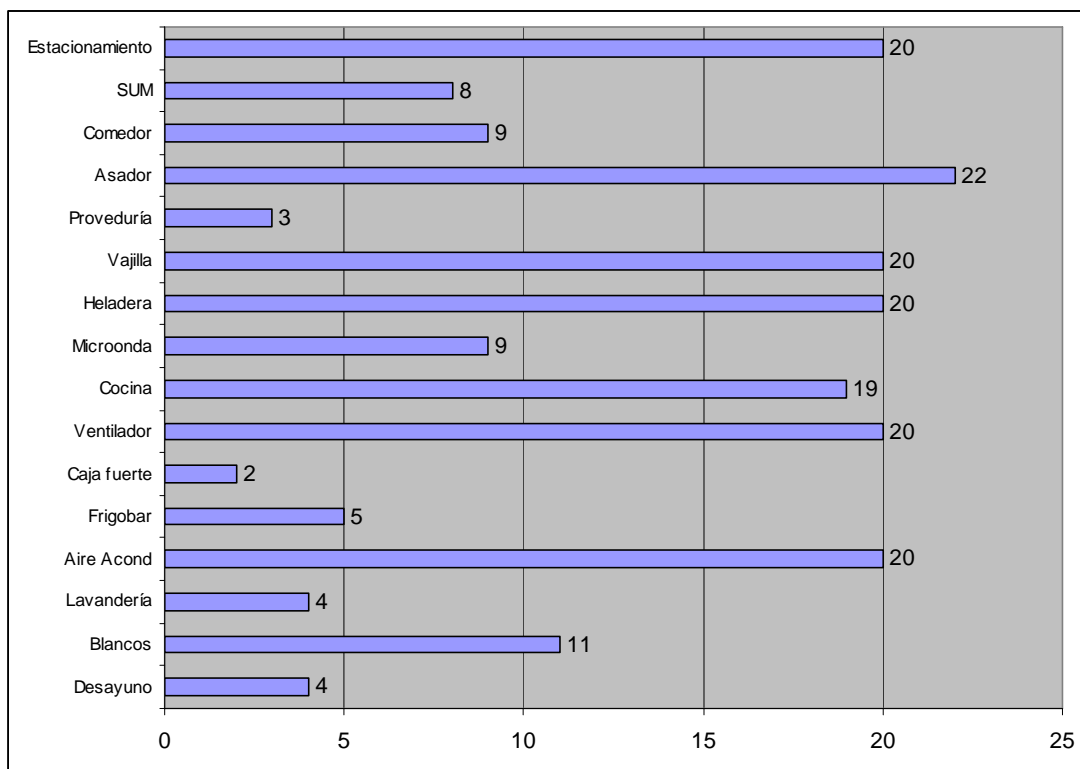
Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, tenemos que siete establecimientos (19%) respondieron que cuentan con alquiler de lancha, al igual que el servicio de guías, mientras que ocho firmas (22%) tienen limpieza de lanchas y cinco (14%) paseos en lancha. Por otro lado, nueve establecimientos (24%) cuentan con excursiones de pesca y cuatro con malacate (11%).

Por otra parte, del total de establecimientos, diez (27%) contestaron que tienen servicio de limpieza de piezas, juegos infantiles y de salón tienen dos establecimientos (5%), uno más juegos de mesa, piscina y TV por cable tienen 17 (46%). Además, hay un establecimiento con alquiler de kayak.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (23 establecimientos), en general los establecimientos tienen asador, destacándose también los servicios de estacionamiento, vajilla, heladera, ventilador y aire acondicionado.

GRÁFICO N° 24: Servicios complementarios del alojamiento. Cayastá.

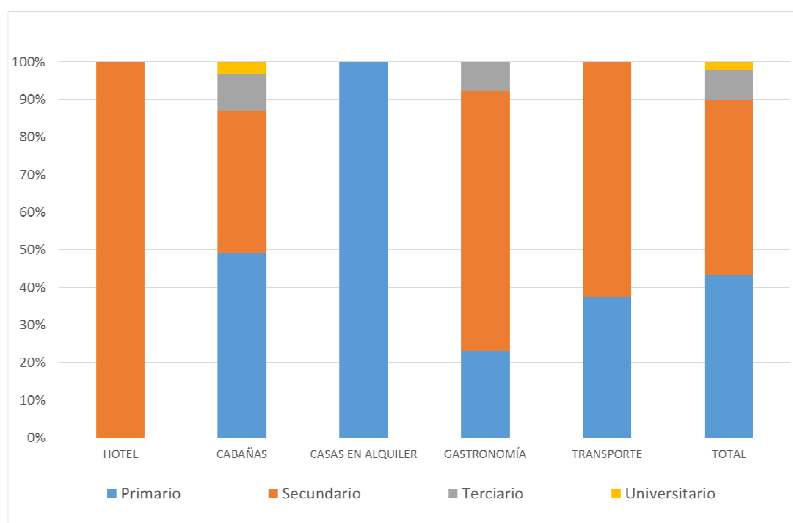


Recursos humanos

En el total de establecimientos encuestados en la localidad de Cayastá el 47% emplea personas con nivel educativo Secundario, mientras que el 43% corresponde al nivel Primario de la escolaridad obligatoria. Además el 8% de los empleados tiene un nivel Terciario y solamente el 2% estudios universitarios. Esta distribución se mantiene aproximadamente al interior del rubro Cabañas (aunque pasan a ser mayores aquellos con nivel Primario), representando el mismo cerca del 70% del total de empleados.

Por último se destaca que aproximadamente un 11,6% del total de empleados con los que manifestaron contar los establecimientos de la localidad son tomados solamente en temporada alta.

GRÁFICO N° 25: Empleados por tipo de establecimiento y nivel educativo. Cayastá.

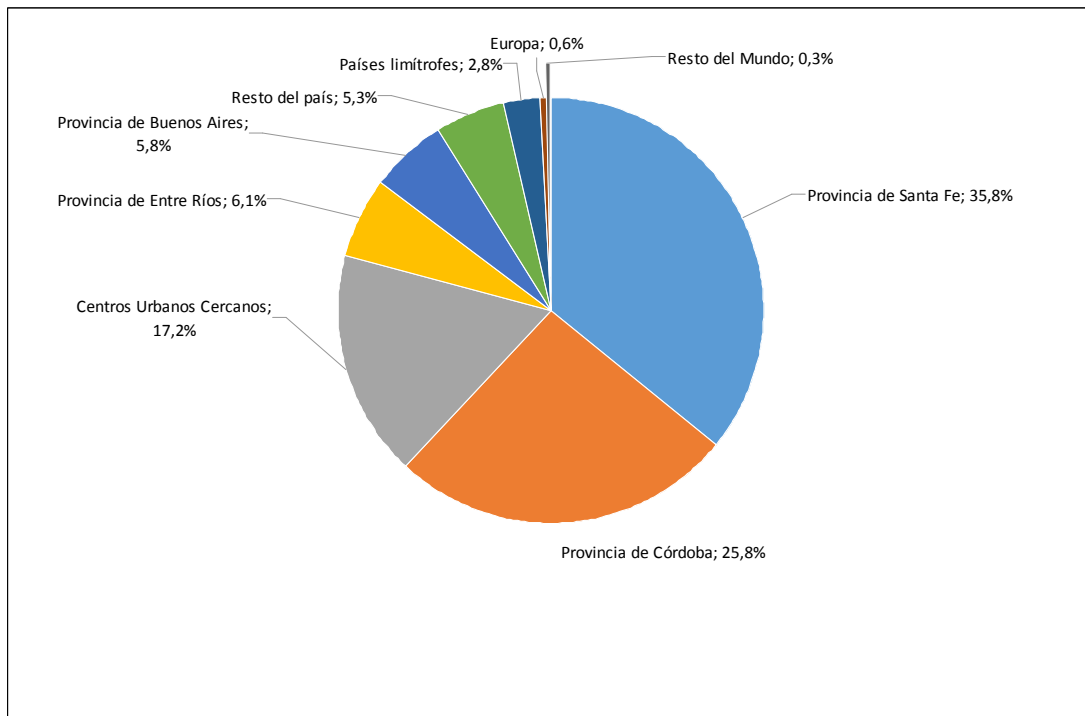


Entre otras capacidades de las personas a cargo de los establecimientos sólo en dos de ellos se declara el conocimiento de los idiomas inglés e italiano. En cuanto a su procedencia el 75% pertenece a la localidad de Cayastá, mientras que el resto es de otras localidades de la provincia.

Procedencia de la demanda

Del total de respuestas obtenidas se destaca que la procedencia de los usuarios es en un 53% de la Provincia de Santa Fe (17,2% de la zona). Otro 25,8% proviene de la provincia de Córdoba, y un 14,9% de centros urbanos cercanos. Desde la provincia de Entre Ríos visitan Cayastá el 6,1% de los visitantes, mientras que desde Buenos Aires llega el 5,8%. Desde el exterior llega el 3,7%, siendo el 2,8% visitas de países limítrofes.

GRÁFICO Nº 26: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Cayastá.



Localidad: Colastiné Norte

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Colastiné Norte se encuestaron 13 establecimientos. En total la localidad tiene una capacidad de alojamiento de 48 plazas en hotel y 79 en cabañas.

Se destaca la presencia de numerosos establecimientos de camping en esta localidad, disponiendo el de UPCN de 520 plazas de alojamiento en cabañas y 220 en camping. Cabe destacar que estas plazas no están destinadas totalmente al turismo.

TABLA Nº 9: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Colastiné Norte.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Hotel	1	48
Cabañas	3	79

Total alojamiento	4	127
Otros		
Gastronomía	8	680
Atractivos	1	-
TOTAL	13	

En cuanto a la titularidad se observa que los establecimientos pertenecen a responsables ubicados en la localidad, salvo el caso de un complejo de cabañas cuyo titular es de la ciudad de Santa Fe, y otro cuyo titular reside en San José del Rincón.

Condiciones de acceso

El acceso directo a los establecimientos es por ripio para el caso de dos cabañas y el camping, al hotel y un complejo cabañero se accede directamente desde la ruta.

TABLA Nº 10: Distribución del acceso a los establecimientos. Colastiné Norte.

	Ripio	Ruta	Tierra	Total
Cabañas	1	1	1	3
Hotel		1		1
Gastronomía		8		8
Total general	1	10	1	12

Accesibilidad o distancias a servicios

De los establecimientos de Colastiné Norte, aquellos que respondieron la consigna (83,33%), se encuentran a una distancia de entre 30 y 35 kms. del aeropuerto más cercano, y entre 7 y 14 kms. de una terminal de ómnibus. En cuanto a la distancia a un servicio de salud, están entre 0 y 3 kms. En lo que respecta a estación de servicio, se encuentran a no más de un km. de distancia, mientras que en cuanto al servicio de proveeduría, se encuentran a menos de 500 m., aunque en este punto sólo hay dos respuestas. En última lugar, respecto a las distancias a locales de artesanías, existen 5 (41,67%) que están a menos de un km., y 3 establecimientos (25%) que se encuentran a 2 o 3 kms.

Servicios complementarios

Respecto a los servicios complementarios, los cuatro establecimientos de alojamiento contestaron que cuentan con piscina, al igual que TV por cable, ventilador, aire acondicionado y blancos. Por otro lado, los tres complejos cabañeros tienen asador.

Recursos humanos

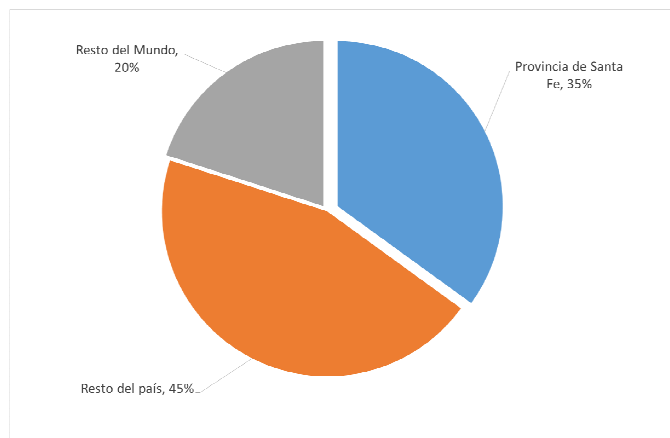
En los establecimientos encuestados en la localidad de Colastiné Norte se generarían un total de 44 empleos permanentes, aumentando a 60 en temporada alta. Un 12% tienen un nivel primario de educación, el 52% un nivel secundario, el 32% terciario y un 4% universitario.

Entre los empleados se destaca el buen conocimiento de la zona, y el manejo del idioma inglés. También son importantes los conocimientos de idiomas portugués, francés e italiano.

Procedencia de la demanda

Del total de respuestas obtenidas se destaca que la procedencia de los usuarios es en un 45% del resto del país, mientras que desde la Provincia de Santa Fe provienen el 35% de los visitantes de la localidad. Otro 20% son extranjeros.

GRÁFICO Nº 27: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Colastiné Norte.



Localidad: Helvecia y Paraje Campo del Medio

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Helvecia (y paraje Campo del Medio) se encuestaron 50 establecimientos. De este total 14 corresponden a servicios de alojamiento, 14 de gastronomía y 12 de transporte, además de 10 atractivos turísticos.

Entre los servicios de alojamiento se destacan los establecimientos con cabañas, los cuales tienen una capacidad total de 137 plazas. Los siguen los hoteles con 39 plazas, la hostería y el complejo de casas en alquiler con 30 plazas cada uno, la posada con 20 plazas, y finalmente, un establecimiento rural con 18 plazas.

TABLA N° 11: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Helvecia.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Hotel	3	39
Hostería	1	30
Cabañas	7	137
Posadas	1	20
Casas en alquiler	1	30
Establecimiento rural	1	18
Total alojamiento	14	274
Otros		
Gastronomía	14	190
Atractivos	10	
Transporte	12	-
TOTAL	50	190

Respecto al transporte, uno respondió estar afectado al turismo, mientras que siete contestaron que no, y el resto no contestó la consigna.

Cabe destacar que 7 de estos establecimientos están en estado de proyecto, siendo dos de ellos de la categoría cabañas, cuatro del rubro gastronomía y uno de transporte.

En cuanto a la titularidad se destaca que todos los establecimientos respondieron contar con propietarios radicados en la localidad, excepto por un complejo cabañero de Campo del Medio, cuyo dueño está radicado en la ciudad de Santa Fe.

Condiciones de acceso

La mayor cantidad de establecimientos tiene acceso por tierra. En los establecimientos de cabañas y gastronomía en particular, se destaca el acceso por ruta.

TABLA N° 12: Distribución del acceso a los establecimientos. Helvecia.

	Tierra	Ruta	Pavimento	Total

Gastronomía	4	6	4	14
Cabañas	2	5		7
Hotel	2	1		3
Hostería	1			1
Transporte	6	1	1	8
Casa de alquiler		1		1
Posada	1			1
Establecimiento rural	1			1
Total	19	15	6	36

Accesibilidad o distancias a servicios

En Helvecia, los establecimientos respondieron una distancia entre 122 y 125 kms. del aeropuerto más cercano, aunque del 75% no se tuvo respuesta. Respecto a la terminal de ómnibus, 19 firmas (53%) están a una distancia máxima de un kilómetro, 9 firmas (25%) están entre 1 y 3,5 kms., y el resto no tiene respuesta. Semejante es la situación para la estación de servicio más cercana: 21 establecimientos (58%) están a una distancia menor o igual a un kilómetro, 9 están entre 1 y 2,5 kilómetros, y el resto no contestó la consigna. En cuanto a la distancia mínima a un servicio de salud, se obtuvo respuesta para el 88,9% de los establecimientos. De ellos, 27 firmas (un 75% del total) están hasta un kilómetro de distancia, mientras que 4 locales se ubican a una distancia de 1 a 2,5 kms. En los servicios de proveeduría y de artesanías las respuestas son mucho menores, 41,7% en el primer caso, ninguna en el segundo. Respecto a las distancias a un servicio de proveeduría, 12 firmas (33%) respondieron estar hasta 500 m., mientras que las otras 3 firmas están entre 500m y dos kms.

De los establecimientos de Campo del Medio, sólo uno respondió sobre la distancia al aeropuerto más cercano, habiendo contestado 110 kms. Por otro lado, lo mismo sucede para la terminal de ómnibus más cercana, siendo en este caso la respuesta de 90 kms. En cuanto a las distancias a un hospital o sanatorio, estación de servicio y proveeduría, también existe una sola respuesta (aunque el establecimiento es otro), siendo para todos los ítems una distancia de 7 kms. En última lugar, no hay respuestas para las distancias a locales de artesanías.

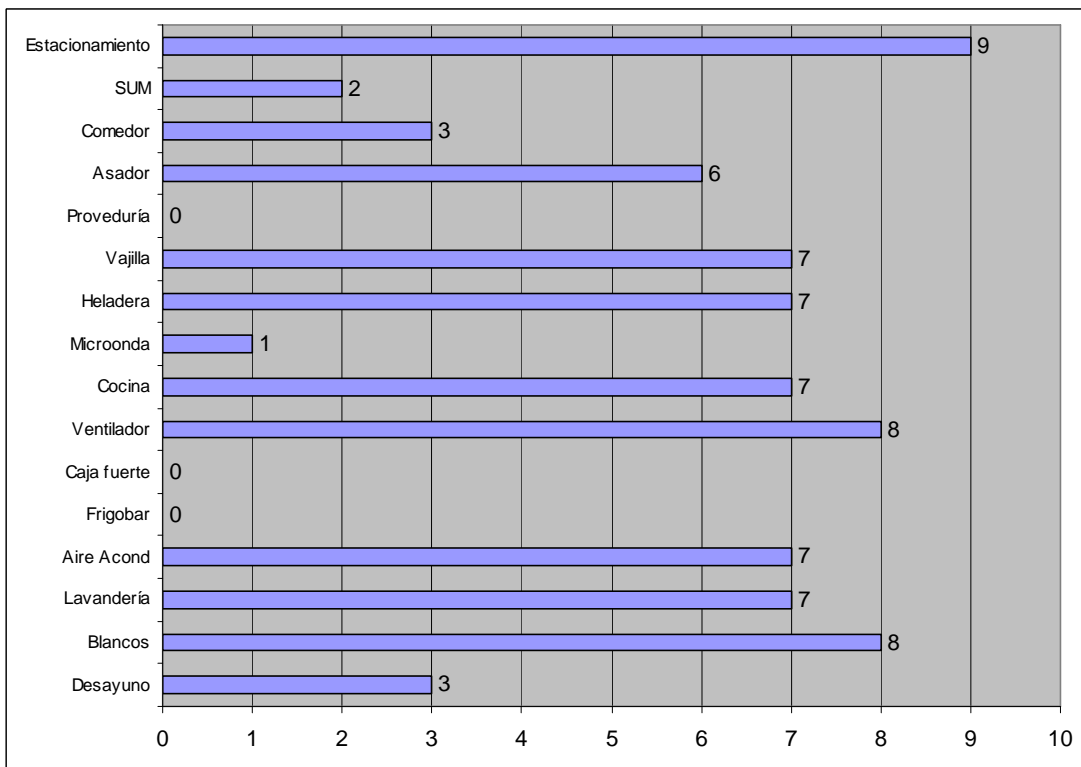
Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, en Helvecia tres establecimientos (8%) cuentan con alquiler de lancha, al igual que excursiones de pesca, mientras que cinco (14%) tienen servicio de guías y dos (6%) tienen malacate, limpieza y paseos en lancha.

Por otra parte, seis establecimientos (17%) contestaron que poseen servicio de limpieza de piezas. Un solo establecimiento cuenta con juegos de mesa y juegos de salón. Seis firmas son las que tienen piscina, mientras que nueve (25%) tienen TV por cable.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (once establecimientos), nueve establecimientos (82%) tienen estacionamiento, mientras que ocho (73%) cuentan con ventilador y blancos.

GRÁFICO Nº 28: Servicios complementarios del alojamiento. Helvecia.



Respecto a Campo del Medio, tenemos que uno respondió que cuenta con alquiler de lancha, mientras que dos firmas respondieron tener el servicio de guías, al igual que limpieza de lanchas, paseos en lancha y excursiones de pesca.

Por otra parte, el total de establecimientos contestó tener limpieza de piezas y TV por cable. Además, cuatro (67%) cuentan con piscina.

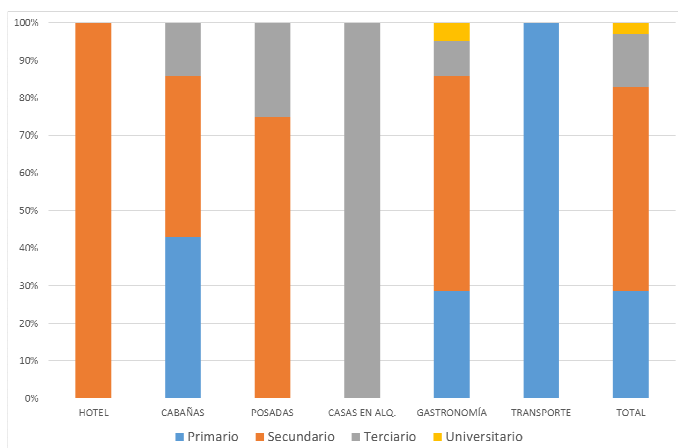
Todos tienen asador, vajilla, heladera, cocina, ventilador, aire acondicionado y blancos. Un alojamiento además tiene comedor.

Recursos humanos

En el total de establecimientos encuestados en la localidad de Helvecia el 54% emplea personas con nivel educativo Secundario, mientras que otro 29% corresponde al nivel Primario de la escolaridad obligatoria. Además el 14% de los empleados tiene un nivel Terciario y el 3% estudios universitarios. Esta distribución se mantiene al interior de los rubros Cabañas y Gastronomía, representando los dos cerca del 80% del total de empleados.

Por último se destaca que aproximadamente un 27% del total de empleados con los que manifestaron contar los establecimientos de la localidad son tomados solamente en temporada alta.

GRÁFICO N° 29: Empleados por tipo de establecimiento y nivel educativo. Helvecia.



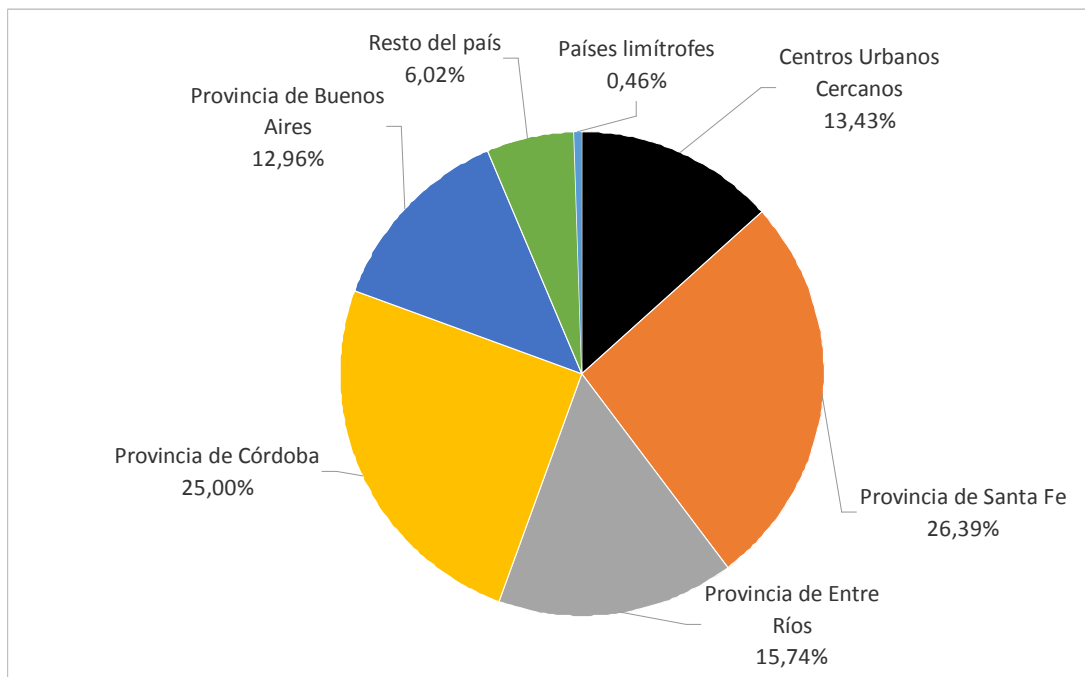
Entre otras capacidades de las personas a cargo de los establecimientos en dos de ellos se declara el conocimiento del idioma inglés, en uno de estos últimos también del idioma francés, y en otro portugués. En cuanto a su procedencia el 74% pertenece a la localidad de Helvecia, mientras que el resto es de otras localidades de la provincia, excepto por un establecimiento. En lo que hace a conocimiento de la zona, la tercera parte de los establecimientos cuentan con un buen conocimiento, el 19% con un nivel excelente, y uno regular, mientras que el 44% no respondió.

Respecto a Campo del Medio, los empleados de los establecimientos alcanzan a cuatro, entre los cuales se encuentran uno con educación primaria, uno secundaria y dos de nivel terciario. Los mismos cuentan con buen conocimiento de la zona, siendo tres locales y uno residente de otra localidad de Santa Fe.

Procedencia de la demanda

Del total de respuestas obtenidas se destaca que la procedencia de los usuarios es en más de un 39% de la Provincia de Santa Fe, 26% proviene de centros urbanos alejados y 13% de cercanos. Desde Córdoba llega un 25%, de Buenos Aires llega aproximadamente el 13%, y de Entre Ríos el 16%. El 6% reside en el resto del país. Desde el exterior llega el 0,46%, particularmente desde países limítrofes.

GRÁFICO N° 30: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Helvecia.



En lo que hace a Campo del Medio, del total de respuestas obtenidas se destaca que la procedencia de los usuarios es en un 32,3% de la Provincia de Córdoba. Otro 22,6% proviene de localidades alejadas de la provincia de Santa Fe, y un 16,1% de centros urbanos cercanos. Desde la provincia de Buenos Aires visitan Campo del Medio el 12,9% de los visitantes, mientras que desde Entre Ríos llega el 3,2%.

Localidad: Saladero Cabal

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Saladero Cabal se encuestaron 6 establecimientos con Cabañas, los cuales cuentan con una capacidad de 97 plazas de alojamiento. La población de la localidad es de 857 habitantes, teniendo capacidad de alojar aproximadamente un 11% de este total (97 plazas) en los establecimientos que prestan este tipo de servicio.

TABLA N° 13: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Saladero Cabal.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Cabañas	6	97
Total alojamiento	6	97
TOTAL	6	

Todos los establecimientos están en funcionamiento y la titularidad de los mismos corresponde a residentes de la localidad.

Condiciones de acceso

El acceso a los establecimientos es directamente por ruta.

TABLA N° 14: Distribución del acceso a los establecimientos. Saladero Cabal.

	Tierra	Ruta	Pavimento	Total
Cabañas		6		6
Total general	0	6	0	6

Accesibilidad o distancias a servicios

En Saladero Cabal todos los establecimientos encuestados se encuentran a una distancia de 130 kms. del aeropuerto más cercano, y a 25 kms de la terminal de ómnibus más próxima. En cuanto a las distancias a los otros servicios, no hay respuestas.

Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, tenemos que uno respondió que cuenta con alquiler de lancha, mientras que dos firmas respondieron tener el servicio de guías, al igual que limpieza de lanchas, paseos en lancha y excursiones de pesca.

Por otra parte, el total de establecimientos contestó tener limpieza de piezas y TV por cable. Además, cuatro (67%) cuentan con piscina.

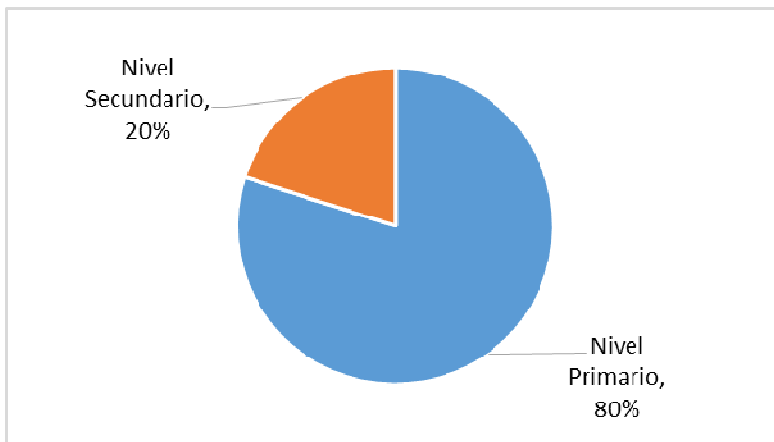
Todos tienen asador, vajilla, heladera, cocina, ventilador, aire acondicionado y blancos. Un alojamiento además tiene comedor.

Recursos humanos

En el total de establecimientos encuestados en la localidad de Saladero Cabal el 80% de los empleados cuentan con nivel educativo Primario, y el 20% restante Secundario.

Por último se destaca que en temporada alta la cantidad de empleados sería la misma que en temporada baja.

GRÁFICO N° 31: Empleados nivel educativo. Saladero Cabal.



Localidad: San José del Rincón

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad San José del Rincón se encuestaron 9 establecimientos. De este total 4 corresponden a Cabañas, un atractivo y 4 corresponden a servicios gastronómicos. El total de plazas de alojamiento es de 53.

TABLA N° 15: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos San José del Rincón.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		

Cabañas	4	53
Total alojamiento	4	53
Otros		
Gastronomía	4	320
Atractivos	1	-
TOTAL	9	

Condiciones de acceso

El acceso a la generalidad de los establecimientos es por ruta.

TABLA N° 16: Distribución del acceso a los establecimientos. San José del Rincón.

	Tierra	Ruta	Pavimento	Total
Gastronomía		3	1	4
Cabañas	1	3		4
Total general	1	6	1	8

Accesibilidad o distancias a servicios

De esta localidad sólo tenemos cuatro respuestas para las distancias al aeropuerto y la terminal de ómnibus más cercanos. Dos establecimientos respondieron de lo primero 30 kms y de lo segundo 8 kms, mientras que los otros dos establecimientos respondieron 35/36 kms para lo primero y 15/16 kms. para lo segundo. En cuanto a la distancia al hospital o sanatorio más cercano, hay dos respuestas, de 300 m., y en lo que respecta a estación de servicio, dos locales respondieron una distancia menor a un km., mientras que una cabaña contestó estar a 6 kms. Respecto a los servicios de proveeduría y los locales de artesanías, hay tres respuestas en cada caso, de distancias menores a un km.

Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, una firma cuenta con limpieza de piezas, mientras que tres (complejos de cabañas) son las que tienen piscina y TV por cable.

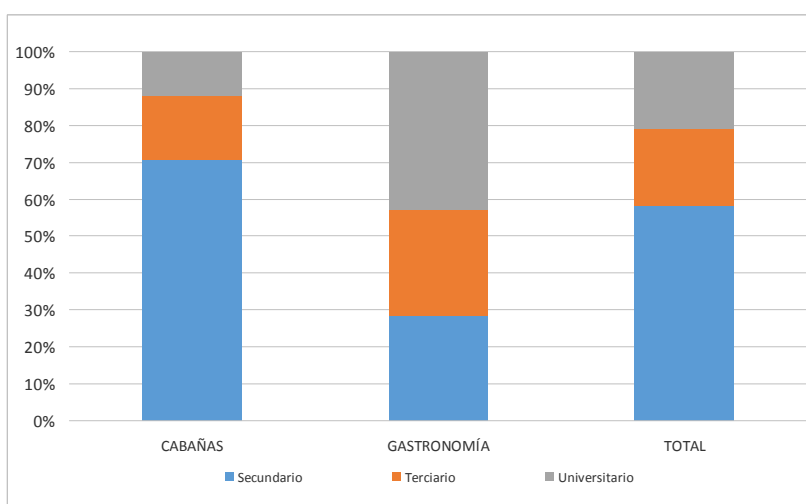
En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (4 establecimientos), excepto por una cabaña que no respondió, las otras tienen todas estacionamiento, asador, vajilla, heladera, cocina, aire acondicionado y blancos.

Recursos humanos

En el total de establecimientos encuestados en la localidad de San José del Rincón el 60,9% de los empleados cuenta con nivel educativo Secundario, mientras que el 21,7% corresponde al nivel Universitario, al igual que lo correspondiente a estudios terciarios.

Por último se destaca que aproximadamente un 28 % del total de empleados con los que manifestaron contar los establecimientos de la localidad son tomados solamente en temporada alta.

GRÁFICO N° 32: Empleados por tipo de establecimiento y nivel educativo. San José del Rincón.

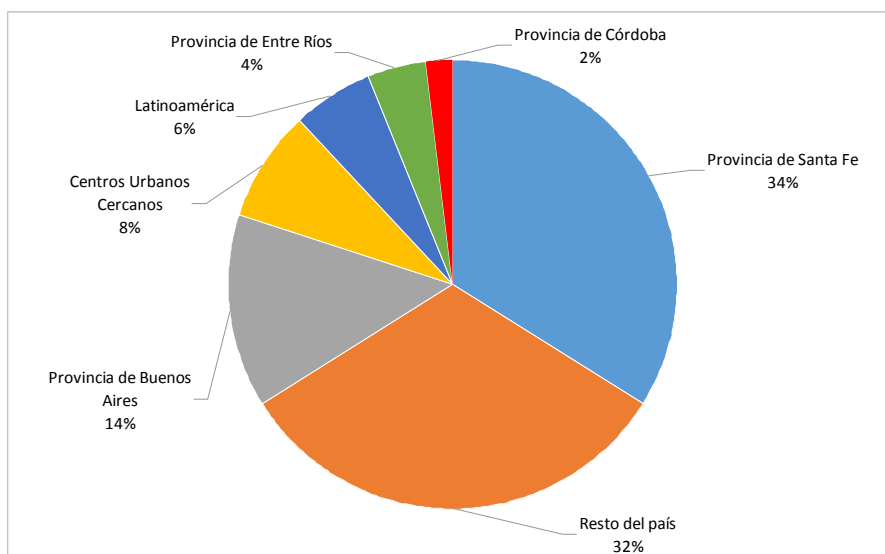


Entre otras capacidades de las personas a cargo de los establecimientos se destaca el conocimiento del idioma inglés, y también portugués. Además de un buen conocimiento de la zona, en general. En cuanto a su procedencia, el mayor porcentaje pertenece a la localidad.

Procedencia de la demanda

Del total de respuestas obtenidas se destaca que la procedencia de los usuarios es en un 34 % de la Provincia de Santa Fe (localidades alejadas), 14% de Buenos Aires, de Entre Ríos el 4%, y otro 2% de la provincia de Córdoba. De los centros urbanos cercanos proviene el 8% de los visitantes. Desde el resto del país llega el 32%, y desde países de Latinoamérica el 6%.

GRÁFICO Nº 33: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. San José del Rincón.



Localidad: Santa Rosa de Calchines y Paraje Los Zapallos

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Santa Rosa de Calchines y paraje Los Zapallos se encuestaron 55 establecimientos. De este total, 22 corresponden a servicios de alojamiento. Entre estos se destaca los correspondientes a cabañas (16) las cuales disponen de 577 plazas. La población de la localidad es de 6.288 habitantes, teniendo capacidad de alojar aproximadamente un 10% de este total (640 plazas) en los establecimientos que prestan este tipo de servicio.

TABLA Nº 17: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Santa Rosa de Calchines y Paraje Los Zapallos.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Hotel	1	15
Cabañas	16	577
Posadas	3	22
Establecimiento rural	2	26
Total alojamiento	22	640
Otros		

Gastronomía	15	1140
Atractivos	17	
Transporte	1	-
TOTAL	55	

Respecto al transporte, respondió estar afectado al turismo.

En cuanto a la titularidad se observa que en la mayoría de los establecimientos la persona jurídica responsable reside en la localidad, siendo una minoría residente de la ciudad de Santa Fe.

Condiciones de acceso

El acceso a los establecimientos es en la mayoría por tierra, principalmente para el caso de las cabañas. Por otro lado en la categoría gastronomía se destaca el acceso por pavimento.

TABLA Nº 18: Distribución del acceso a los establecimientos. Santa Rosa de Calchines.

	Tierra	Ruta	Pavimento	Ripio	Total
Gastronomía	6	1	8		15
Cabañas	11	3		2	16
Hotel		1			1
Transporte			1		1
Establecimiento rural		2			2
Posada	1	1		1	3
Total general	18	8	9	3	38

Accesibilidad o distancias a servicios

Los establecimientos de Santa Rosa de Calchines se encuentran a una distancia de entre 55 y 70 kms. del aeropuerto más cercano, habiendo sólo uno que no respondió. Respecto a la terminal de ómnibus más cercana, 36% contestó encontrarse a menos de un km. (todos locales gastronómicos), 56% está entre 40 y 50 kms. (un transporte y el resto alojamientos), mientras que uno se encuentra a penas por encima del km. de distancia, y otro no respondió. En cuanto a la distancia al hospital o sanatorio más cercano, el 68% se encuentra a una distancia igual o menor a un km., y un 32% está entre 1 y 5 kms. de distancia. En lo que respecta a estación de servicio, el 56% está hasta un km. de distancia, y el resto a 5 kms o menos. En cuanto al servicio de proveeduría, las distancias son más dispersas: el 48% se ubican hasta 500 m., el 20% de 500 m. a 1 km., y el 32% de 1 a 5 kms. Las distancias a locales de artesanías, por su parte, presentan, en primer lugar, una alta proporción de no respuesta (60%), y en segundo lugar, mayores distancias en general: el 32% está entre 1 y 5 kms.

Los establecimientos de Los Zapallos coincidieron en general en que se encuentran a una distancia de 42 kms. del aeropuerto más cercano. Por otro lado, tienen a 13 kms. la terminal de ómnibus de

Santa Rosa de Calchines, y a 25 kms. la terminal de Santa Fe. En cuanto a la distancia al hospital o sanatorio más cercano, siete establecimientos (53%) se encuentran hasta un km. y dos complejos de cabañas a 13 kms. En lo que respecta a estación de servicio, en general respondieron que se encuentran a 13 kms. de distancia. En cuanto al servicio de proveeduría, cerca del 50% se ubican hasta 500 m. de distancia, mientras que aproximadamente el 25% está a mas de 10 kms. En última lugar, en cuanto a las distancias a locales de artesanías, el porcentaje de respuestas es bajo (53%), de ellas dos establecimientos respondieron una distancia de 500 m., uno de 12 kms, y cuatro de 13 kms.

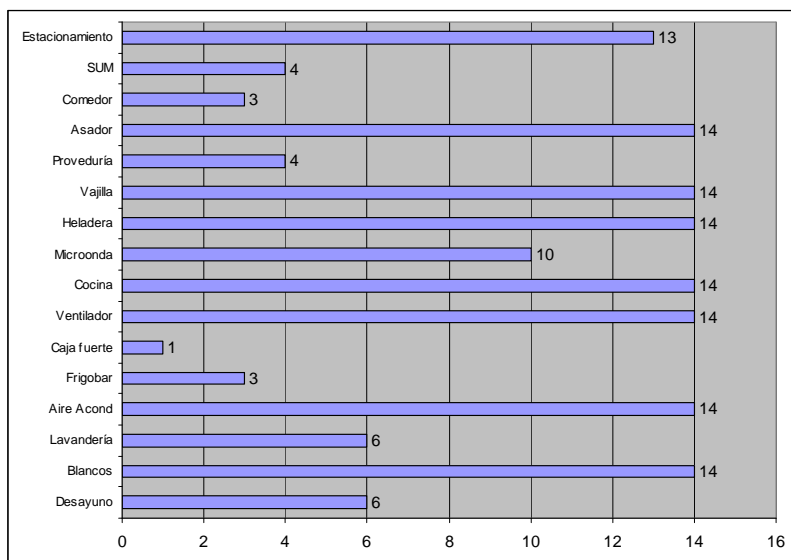
Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, en Santa Rosa de Calchines cuatro establecimientos (16%) cuentan con alquiler de lancha, al igual que servicio de guías, mientras que tres (12%) tienen limpieza de lanchas y cinco (20%) tienen paseos en lancha y excursiones de pesca. Por otro lado, uno (4%) tiene malacate.

Por otra parte, nueve firmas (36%) cuentan con limpieza de piezas. Respecto a los juegos, nueve respondieron contar con juegos infantiles, seis (24%) con juegos de mesa y tres tienen juegos de salón. Dos establecimientos realizan cabalgatas. Además, cuatro agregaron que cuentan con WiFi, y 14 firmas (56%) con TV por cable. Otros servicios agregados fueron venta de carnadas, visita a corrales y tareas rurales, avistaje, reuniones empresariales, bicicletas y climatización. Por último, 14 firmas cuentan con piscina.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (14 establecimientos), se destacan los servicios de blancos, asador, vajilla, heladera, cocina, ventilador, aire acondicionado y estacionamiento.

GRÁFICO Nº 34: Servicios complementarios del alojamiento. Santa Rosa de Calchines.



Respecto a Los Zapallos, seis firmas (46%) cuentan con limpieza de piezas, lo mismo que piscina. En cuanto a los juegos, tres (23%) tienen juegos infantiles y de mesa, y uno juegos de salón. Servicio de WiFi tendrían dos (15%), mientras que TV por cable cinco establecimientos (38%).

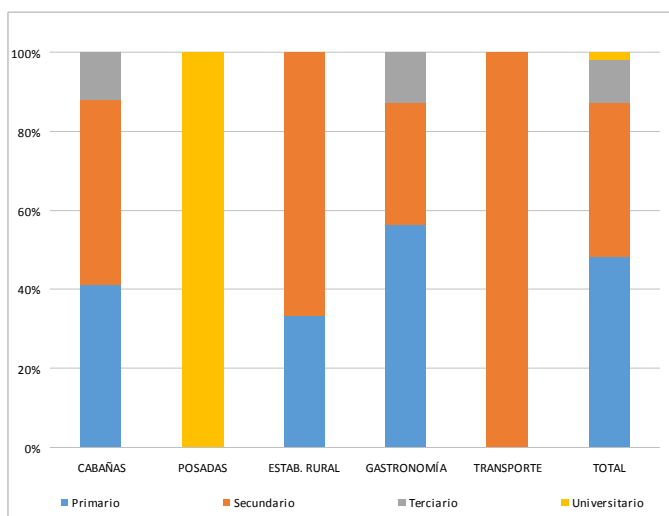
En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (ocho establecimientos), excepto por un establecimiento en cada caso, tienen vajilla, heladera, cocina, ventilador, aire acondicionado y blancos.

Recursos humanos

En el total de establecimientos encuestados en la localidad de Santa Rosa de Calchines el 48% emplea personas con nivel educativo Primario, mientras que el 39% corresponde al nivel Secundario. Además el 11% de los empleados tiene un nivel Terciario y solamente el 2% (un empleado, de la posada) estudios universitarios. Esta distribución se mantiene al interior de los rubros Cabañas y Gastronomía.

Por último se destaca que aproximadamente un 22,05% del total de empleados con los que manifestaron contar los establecimientos de la localidad son tomados solamente en temporada alta.

GRÁFICO Nº 35: Empleados por tipo de establecimiento y nivel educativo. Santa Rosa de Calchines.

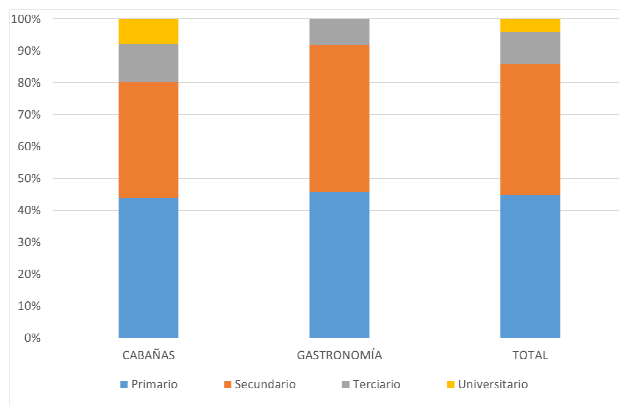


Entre otras capacidades de las personas a cargo de los establecimientos se declara el conocimiento de los idiomas inglés (58%) y francés (42%), además de un establecimiento con conocimiento del idioma catalán y otro de portugués; y tienen un muy buen conocimiento de la zona, siendo la mayoría de ellos oriundos de la localidad.

Por el lado de los establecimientos encuestados en el paraje Los Zapallos, el 45% emplea personas con nivel educativo Primario, mientras que el 41% corresponde al nivel Secundario. Además el

10% de los empleados tiene un nivel Terciario y solamente el 4% estudios universitarios. Estos últimos trabajan en los establecimientos con cabañas. Cabe destacar que en temporada alta la cantidad de empleados en la localidad crece aproximadamente un 36%.

GRÁFICO N° 36: Empleados por tipo de establecimiento y nivel educativo. Los Zapallos.

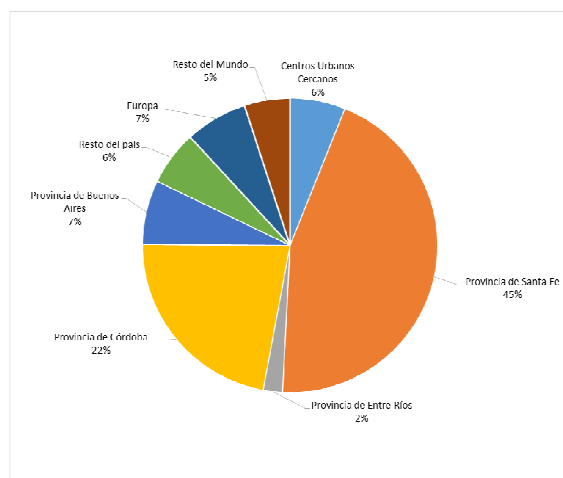


Entre otras capacidades de las personas a cargo de los establecimientos en cuatro de ellos se declara el conocimiento del idioma inglés, y en uno de francés. En cuanto a su procedencia, el 78% pertenece a la localidad de Los Zapallos, habiendo uno además que procede de Chile.

Procedencia de la demanda

Del total de respuestas obtenidas en Santa Rosa de Calchines se destaca que la procedencia de los usuarios es en un 45% de localidades alejadas de la Provincia de Santa Fe. Otro 22% proviene de la provincia de Córdoba, y un 6% de centros urbanos cercanos. Desde la provincia de Entre Ríos visita Santa Rosa de Calchines el 2% de los visitantes, mientras que desde Buenos Aires llega el 7%. Desde el exterior llega el 12 %, en particular desde Europa el 7%.

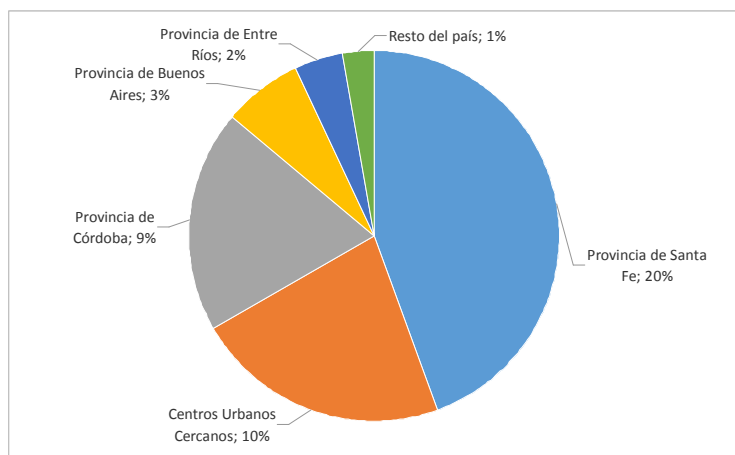
GRÁFICO N° 37: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Santa Rosa de Calchines.



En cuanto a Los Zapallos, la procedencia de los usuarios es en un 20% de la Provincia de Santa Fe (centros urbanos no cercanos). Otro 10% proviene de centros urbanos cercanos.

Desde la provincia de Córdoba proviene un 9% de los visitantes, mientras que desde Buenos Aires llega el 3%. Desde la provincia de Entre Ríos proviene el 2%, mientras que del resto del país llega el 1%.

GRÁFICO Nº 38: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Los Zapallos.



Localidad: Alejandra

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Alejandra se encuestaron un total de 23 establecimientos. De este total 9 corresponden a servicios de alojamiento, siendo todos ellos locales de cabañas. Del resto son 4 servicios gastronómicos, 9 atractivos y un transporte.

La población de la localidad es de 4.161 habitantes, teniendo capacidad de alojar aproximadamente un 2,74% de este total (114 plazas) en los establecimientos que prestan este tipo de servicio.

TABLA Nº 19: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Alejandra.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Cabañas	9	114

Total alojamiento	9	114
Otros		
Gastronomía	4	160
Transporte	1	-
Atractivos	9	
TOTAL	23	

Cabe destacar que el total de establecimientos estarían en actividad, aunque uno no dio respuesta.

En cuanto a la titularidad se observa que de los alojamientos (cabañas), seis de ellos tienen su titular residiendo en Alejandra, mientras que uno está en Santa Clara de Sagüer, otro en Buenos Aires y uno no dio información al respecto. Los establecimientos gastronómicos pertenecen todos a personas jurídicas de la localidad, al igual que el transporte, mientras que los atractivos dos son de Alejandra y otros dos de Buenos Aires. Los locales cuyos dueños no son de Alejandra, tienen una superficie ocupada de entre 100 y 10.000 m².

Condiciones de acceso

Las condiciones de acceso a los establecimientos son variadas, aunque se destaca que sólo en un establecimiento se accede por camino de tierra. La mayor parte está sobre camino de ripio.

TABLA Nº 20: Distribución del acceso a los establecimientos. Alejandra.

	Tierra	Ruta	Ripio	Pavimento	Total
Cabañas	1	4	4		9
Gastronomía			2	2	4
Transporte			1		1
Atractivos		1	3		4
Total general	1	5	10	2	18

Accesibilidad o distancias a servicios

Todos los establecimientos de Alejandra respondieron estar a 90 kms. del aeropuerto más cercano, excepto uno que indicó en 80 kms. esa distancia y una firma que no respondió. Por otro lado, en lo que hace a la distancia a la terminal de ómnibus más cercana, prácticamente todos respondieron que se encuentran a menos o a un km. de distancia, excepto por un establecimiento de cabaña y atractivo que está a 6 kms. y dos locales que no contestaron la consigna. En cuanto a las distancias al hospital o sanatorio y estación de servicio más cercanos, todos están a una distancia menor o igual a un kms., salvo por el mismo establecimiento que se hizo referencia antes, que se encuentra a 6 kms., y un local que no tuvo respuesta. En cuanto al servicio de proveduría y el de artesanía, están en su mayoría a una distancia menor o igual a 500 m., con la misma excepción anterior, y un mayor porcentaje de no respuesta (27% y 47%, respectivamente).

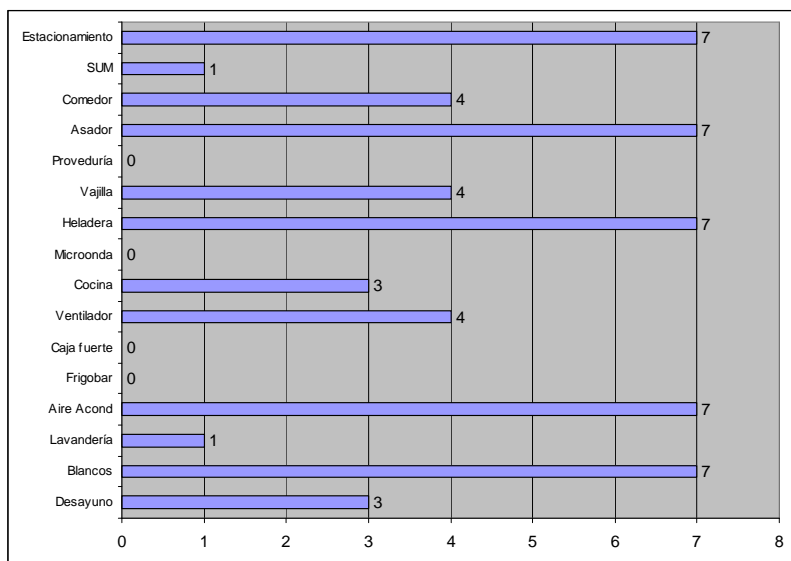
Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, tenemos que diez establecimientos (56%) respondieron que cuentan con alquiler de lancha, al igual que servicio de guías y excursiones de pesca, seis firmas (33%) tienen limpieza de lanchas, misma cantidad que para malacate, y siete (39%) tienen paseos en lancha.

Por otra parte, 13 establecimientos (72%) contestaron tener limpieza de piezas. En cuanto a los juegos, dos (11%) tienen juegos infantiles y seis cuentan con juegos de mesa. Dos también son los que tienen cabalgatas, al igual que piscina. Además, tres (17%) cuentan con TV por cable.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (nueve establecimientos), la mayor parte de las cabañas tienen estacionamiento, asador, heladera, aire acondicionado y blancos.

GRÁFICO Nº 39: Servicios complementarios del alojamiento. Alejandra.



Recursos humanos

Del total de establecimientos encuestados de Alejandra la mayoría tiene empleados con nivel educativo secundario, y algunos de nivel primario. Por otro lado, respecto a la temporada baja, en temporada alta se suma un 13% más.

En cuanto al conocimiento de idiomas, sólo uno contestó a la consigna, refiriendo al idioma inglés. Respecto al conocimiento de la zona, de seis establecimientos que respondieron (50%), cuatro contestaron un nivel bueno y dos un nivel excelente.

Por último, y como se desprende de la TABLA Nº 21, más del 70% de los empleados son locales, y cerca del 24% del resto de la provincia.

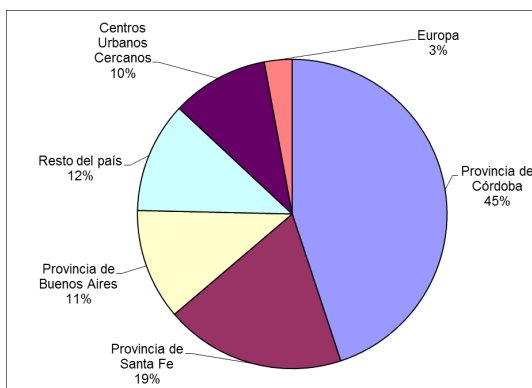
TABLA Nº 21: Procedencia de los empleados. Alejandra.

Locales	12	70,59%
Santa Fe Prov.	4	23,53%
País	1	5,88%
TOTAL	17	100,00%

Procedencia de la demanda

En lo que respecta al lugar de procedencia de la demanda turística en la localidad de Alejandra, en promedio los establecimientos respondieron que un 44% provienen de la provincia de Córdoba. Le sigue en relevancia la categoría de localidades no cercanas de la provincia de Santa Fe, que junto con los centros urbanos cercanos, suman un 29% de demanda provincial. Luego tenemos un 12% de demanda de la provincia de Buenos Aires, y la misma participación para el resto del país. Finalmente, es importante resaltar, aunque el porcentaje sea relativamente pequeño, que un 3% corresponde a demanda europea.

GRÁFICO Nº 40: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. Alejandra.



Localidad: Romang

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad Romang se encuestaron un total de 22 establecimientos. De este total, 12 corresponden a servicios de alojamiento, nueve complejos de cabañas y tres hoteles. El resto son 7 servicios gastronómicos, 2 transportes y un atractivo.

TABLA Nº 22: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. Romang.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Cabañas	9	78
Hotel	3	65
Total alojamiento	12	143
Otros		
Gastronomía	7	270
Transporte	2	-
Atractivos	1	
TOTAL	22	

Cabe destacar que el total de establecimientos estarían en actividad.

En cuanto a la titularidad se observa que el total de establecimientos pertenecen a personas jurídicas locales.

Condiciones de acceso

Las condiciones de acceso a los establecimientos son variadas, aunque la mayor parte de los locales (66,67%) tienen acceso por pavimento (en particular, el hotel). Por otro lado, en sólo dos (16,67%) se accede por camino de tierra.

TABLA Nº 23: Distribución del acceso a los establecimientos. Romang.

	Tierra	Ruta	Ripio	Pavimento	Total
Cabañas	1		1		2
Gastronomía		1		6	7
Transporte	1			1	2
Hotel				1	1
Total general	2	1	1	8	12

Accesibilidad o distancias a servicios

Todos los establecimientos de Romang respondieron estar a 45 kms. del aeropuerto más cercano. Por otro lado, en lo que hace a la distancia a la terminal de ómnibus más cercana, todos respondieron que se encuentran a menos de 2 kms. de distancia, excepto por un local que no contestó. El mismo límite de distancia se da para el servicio de salud y estación de servicio más cercanos. En cuanto al servicio de proveeduría y el de artesanía, en el primer caso sólo hubo tres firmas que respondieron una distancia menor a 500 m., mientras que de lo segundo no hubo respuestas.

Servicios complementarios

En cuanto a los servicios complementarios, tenemos dos establecimientos (17%) respondieron que cuentan con limpieza de piezas y tres (25%) con TV por cable.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (3 establecimientos), los tres alojamientos coincidieron en que tienen estacionamiento, ventilador, aire acondicionado y blancos.

Recursos humanos

Del total de empleados de los establecimientos encuestados de Romang, la mayor participación corresponde a los que tienen un nivel secundario (73,81%), luego los que poseen hasta una educación primaria (5 empleados, 11,90%), por último los que poseen un nivel terciario y universitario, 9,52% (4 empleados) y 4,76% (2 empleados), respectivamente. Por otro lado, cabe destacar que las mayores cantidades de empleados corresponden a las categorías de servicios gastronómicos y transporte, aunque en términos por unidad es ésta última la que destaca con 7,5 empleados por establecimiento. Además, no existirían grandes diferencias entre temporada alta y baja (15,49% más en temporada alta).

En cuanto al conocimiento de la zona, todos respondieron tener un excelente conocimiento, además de ser todos locales.

Procedencia de la demanda

En lo que respecta al lugar de procedencia de la demanda turística en la localidad de Romang, la cantidad de respuestas de los establecimientos es muy baja (sólo dos, 16,67%). Los dos locales que respondieron la consigna, marcaron que la demanda era totalmente provincial.

Localidad: San Javier

Cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento por tipo

En la localidad San Javier se encuestaron un total de 38 establecimientos. De este total 19 corresponden a servicios de alojamiento: 5 hoteles, una posada y 13 complejos de cabañas. Del resto, 12 corresponden a servicios gastronómicos, cuatro a atractivos y tres a transportes.

TABLA Nº 24: Cantidad de establecimientos para alojamiento, plazas y cubiertos. San Javier.

Tipo de establecimiento	Cantidad	Plazas de alojamiento/ cantidad de cubiertos
Alojamiento		
Cabañas	13	325
Posadas	1	18
Hoteles	5	114
Total alojamiento	19	457
Otros		
Gastronomía	12	400
Transporte	3	-
Atractivos	4	
TOTAL	38	

Respecto al transporte, los tres respondieron estar afectados al turismo.

Por otra parte, del total de establecimientos, uno, correspondiente a un servicio gastronómico, está en proyecto.

En cuanto a la titularidad se observa que de los alojamientos, los cinco hoteles tienen su titular residiendo en San Javier, lo mismo sucede con la mayor parte de las cabañas (69%). Del resto de los complejos cabañeros, tres tienen su titular en Colonia Francesa, y el restante en Colonia La Criolla. Los establecimientos gastronómicos pertenecen prácticamente todos a personas jurídicas de la localidad, excepto uno cuyo dueño reside en Colonia Francesa. Mientras que de los transportes, los tres tienen responsables de San Javier. De los 5 locales cuyos dueños no son de San Javier, dos tienen una superficie ocupada de entre 100 y 10.000 m², una cabaña de más de 10.000 m² y dos no brindaron respuesta.

Condiciones de acceso

TABLA Nº 25: Distribución del acceso a los establecimientos. San Javier.

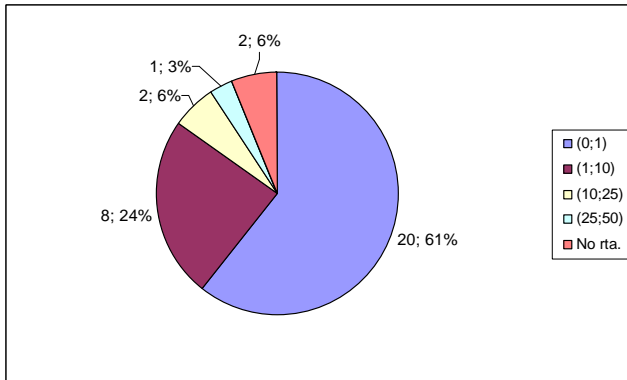
	Tierra	Ruta	Ripio	Pavimento	Total
Cabañas	7	4	1	1	13
Hoteles		3		2	5
Gastronomía	1	2		9	12
Transporte				3	3
Total general	8	9	1	15	33

Las condiciones de acceso a los establecimientos son variadas. Aproximadamente la mitad está sobre pavimento, seguido por el acceso por ruta (27%) y el acceso por tierra (24%). Específicamente de los alojamientos, los hoteles se encuentran sobre ruta o pavimento, mientras que las cabañas más de la mitad lindan con camino de tierra.

Accesibilidad o distancias a servicios

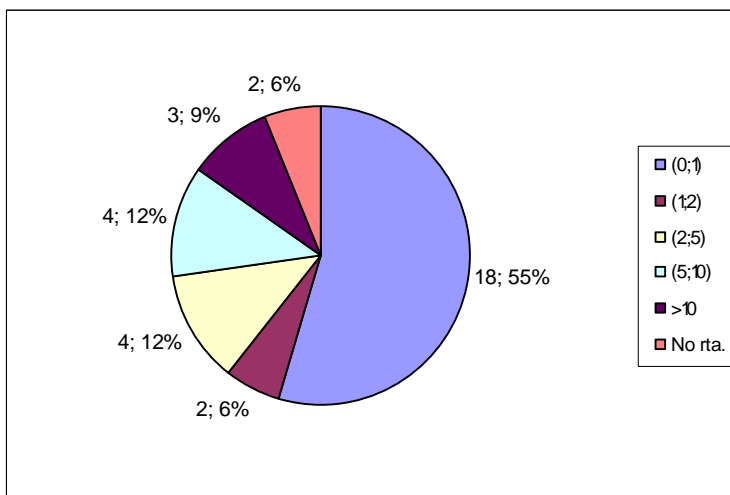
Todos los establecimientos de San Javier respondieron estar a más de 150 kms. del aeropuerto más cercano, excepto uno que no contestó. Por otro lado, en lo que hace a la distancia a la terminal de ómnibus más cercana, la mayor parte (64%) respondió que se encuentran hasta a un km. de distancia. Además ninguna de los que respondieron está a más de 50 kms.

GRÁFICO Nº 41: Distancias a la terminal de ómnibus más cercana. San Javier.



En cuanto a las distancias al servicio de salud más cercano, nuevamente la mayor parte (55%) está a una distancia menor o igual a un km. Aunque por otro lado, tenemos tres establecimientos que están a más de 10 kms., y cuatro entre 5 y 10 kms.

GRÁFICO N° 42: Distancias al servicio de salud más cercano. San Javier.



Las distancias a la estación de servicio más cercana tienen un comportamiento semejante a lo anterior. El 58% de los establecimientos está a una distancia menor o igual a un km., y el resto se divide en proporciones similares entre categorías.

En cuanto al servicio de proveeduría, más del 69% de los locales respondió estar a menos de 500 m. Mientras que de las ventas de artesanía, cerca del 52% no contestó, y de aquellos que lo hicieron, el mayor porcentaje se da en el intervalo de hasta 500 m. de distancia.

Servicios complementarios

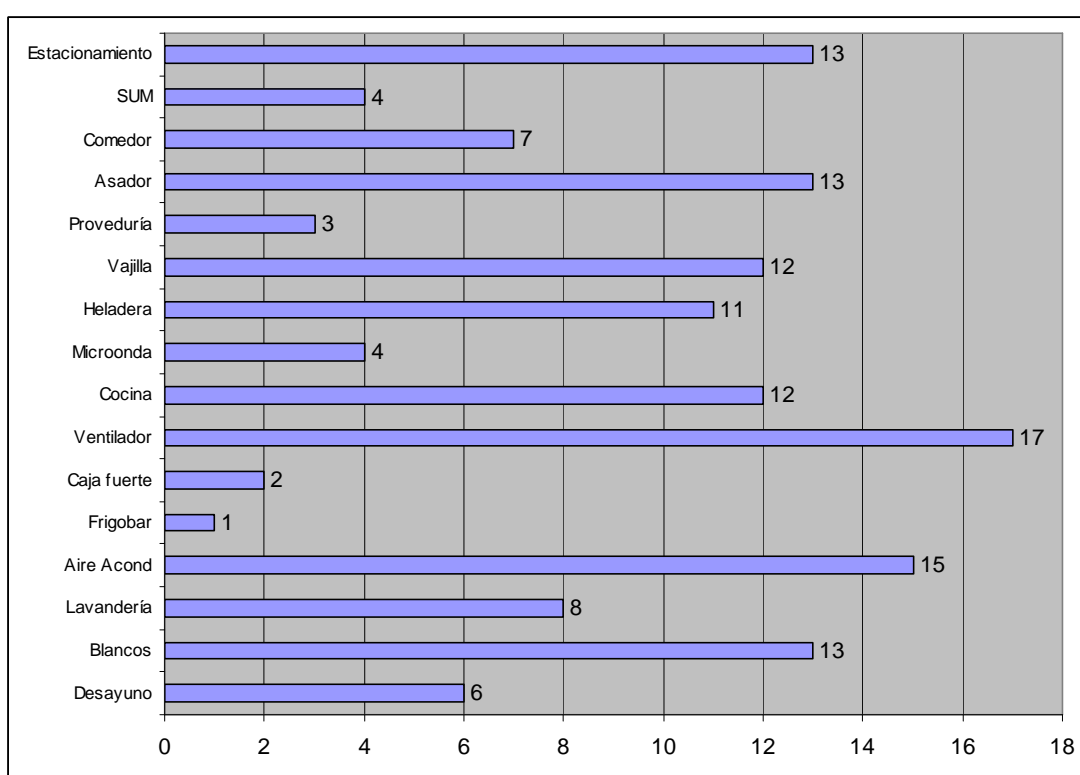
En cuanto a los servicios complementarios, tenemos que siete establecimientos (21%) respondieron que cuentan con alquiler de lancha, al igual que excursiones de pesca, cinco (15%)

son lo que poseen servicio de guías y paseos en lancha, cuatro firmas (12%) tienen limpieza de lanchas y malacate.

Por otra parte, doce establecimientos (35%) contestaron tener limpieza de piezas. En cuanto a los juegos, dos (6%) tienen juegos de mesa y uno cuenta con juegos de salón. Dos tienen cabalgatas. Además, ocho tienen piscina (24%) y doce cuentan con TV por cable.

En lo que hace específicamente a la categoría de alojamiento (19 establecimientos), coincidencia en general sólo se da en la tenencia de ventilador. Luego, también son importantes los valores para aire acondicionado, estacionamiento, asador y blancos.

GRÁFICO Nº 43: Servicios complementarios del alojamiento. San Javier.



Recursos humanos

Del total de empleados que habría en todos los establecimientos encuestados de San Javier, cerca de la mitad tienen un nivel secundario, siendo muy importantes también los porcentajes de los niveles terciario y primario, 27,69% y 23,08% respectivamente. Sólo un empleado (de un servicio gastronómico) tiene título universitario. En temporada alta aumentaría aproximadamente un 19% la cantidad de empleados respecto de la temporada baja.

En cuanto al conocimiento de idiomas, siete establecimientos contestaron a la consigna, seis de los cuales refirieron al idioma inglés. Igualmente importante son las respuestas de idioma francés

(cinco), completando el cuadro un local que contestó portugués y otro italiano. Respecto al idioma inglés, cinco contestaron un nivel regular. Del conocimiento de la zona, tenemos que el 86% de los establecimientos encuestados respondió la consigna, de los cuales aproximadamente la mitad indicó un nivel bueno y la otra mitad un nivel excelente.

Por último, y como se desprende de la TABLA N° 25, más del 90% de los empleados son locales, y el resto de otras localidades de la provincia.

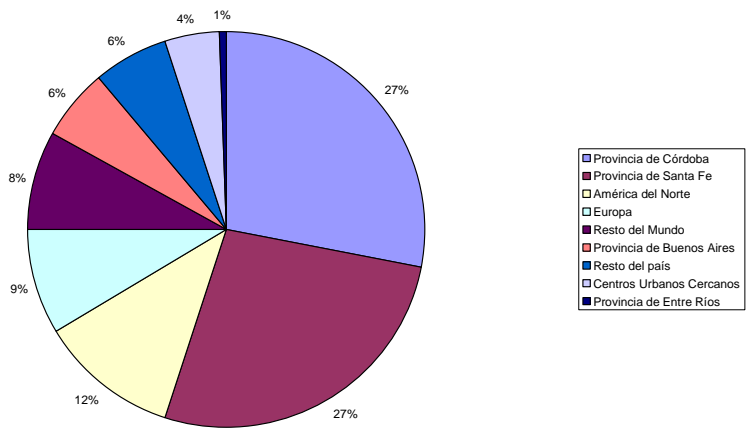
TABLA N° 26: Procedencia de los empleados. San Javier.

Locales	87	90,63%
Cercanía	3	3,13%
Santa Fe Prov.	6	6,25%
TOTAL	96	100,00%

Procedencia de la demanda

En lo que respecta al lugar de procedencia de la demanda turística en la localidad de San Javier, primeramente hay que aclarar que sólo respondieron la mitad de los establecimientos, todos correspondientes a alojamientos (todos los hoteles y la mayor parte de las cabañas). De los que han contestado la consigna, existe una gran diversidad, sin que haya un lugar con gran predominio. En primer lugar están la provincia de Córdoba y las localidades de Santa Fe que no pertenecen a la zona de San Javier, ambas con un porcentaje del 27%. Luego siguen en importancia América del Norte, Europa y el resto del mundo, respectivamente. En suma, un 29% de la demanda turística sería extranjera. Por último aparecen el resto de las provincias del país (Buenos Aires como la más importante) y los centros urbanos cercanos.

GRÁFICO N° 44: Porcentajes promedios de procedencia de la demanda. San Javier.



Síntesis y conclusiones

- En las localidades del corredor turístico de la Ruta Provincial N°1 hay un total de 2.696 plazas de alojamiento, y 3.690 cubiertos. Diez años atrás un relevamiento de similares características registró 1.224 plazas, es decir que se registra un incremento aproximado del **120%**.
- El **80%** de las plazas está concentrado en Santa Rosa de Calchines, Cayastá, San Javier, Helvecia y Arroyo Leyes, en ese orden de importancia.
- El **75%** de las plazas corresponden a alojamiento en cabañas.
- Se relevó información a 280 establecimientos, de los cuales el **35%** corresponde al servicio de alojamiento en cabañas, seguido por un **26%** de la categoría gastronómico.
- En los establecimientos se generan por lo menos **609 puestos de trabajos fijos todo el año**, incrementándose los mismos un 23% en temporada alta.
- Más del **80%** de los establecimientos tienen hasta 5 empleados. El nivel educativo y los conocimientos con que cuentan los mismos varían entre localidades y tipo de establecimiento.
- Para el conjunto de los establecimientos se registra una ocupación promedio superior al 70% en los meses de enero y febrero. En diciembre alcanza al 54%. En julio se registra un pico estacional importante (43%).
- La **procedencia de la demanda** es principalmente **nacional**, fundamentalmente de las provincias de Santa Fe y Córdoba. Hay algunas localidades donde se declararon procedencias desde el exterior que son Colastiné Norte (20%), San José del Rincón (7,5%), Santa Rosa de Calchines (11%), y San Javier (28%).
- En cuanto a los servicios financieros de la región se observa que cerca del 35% de los establecimientos está a **más de 10 kilómetros de un cajero automático**, siendo que aproximadamente el 80% de los mismos no recibe tarjeta de débito o crédito para el pago. Por su parte sólo el 45% acepta pagos en moneda extranjera.
- En el corredor hay aproximadamente \$6 millones por km en inversión instalada correspondiente a establecimientos de alojamientos.
- Una estadía promedio para una familia de cuatro personas en enero por cinco días costaría aproximadamente \$4.960.

Conclusiones

Acorde a las estadísticas y a los talleres de trabajos realizados para el Informe del Impacto socioeconómico del Corredor de la Ruta N°1 en líneas generales podemos determinar lo siguiente:

- La unidad de trabajo N°1 (UNT1) tiene mayor desarrollo de servicios turísticos que la Unidad de Trabajo N°2 (UNT2) por lo cual se establece como prioridad trabajar en el desarrollo de inversiones turísticas en la UNT2.

- El nivel educativo Secundario es el que posee según las estadísticas los recursos humanos del corredor de la Ruta N° 1. Por lo tanto consideramos importante capacitaciones en lo que respecta a los servicios turísticos que se ofrecen, desde lo relacionado al desarrollo de información, como también de la oferta turística que tiene el corredor.

- Un dato muy particular es la no existencia de turismo receptivo y/o agencias de viajes que realicen paquetes turísticos para la comercialización. Una posible solución es el desarrollo del Ente de Promoción Turística con su propia central de reserva.

- Ente de Promoción Turística facilitaría el desarrollo de ideas consensuadas para el desarrollo de folletería y acciones de promoción y difusión específicas. A su vez se detectó la falta de organización del sector privado mediante una Asociación, siendo un importante porcentaje de empresarios que cuenta el sector.

- En el informe se detectan empresas en estado en “proyecto”, de acuerdo a lo hablado con los empresarios la idea es añadir, en un corto plazo, nuevos servicios a los que ya ofrecían. Actualmente no existe un mapa de inversiones para facilitar a los futuros inversionistas de los necesario y rentable en servicios turísticos por lo que se pretende incentivar a la realización de uno.

- Respecto a las conclusiones para el sector público se coincidió en líneas generales en proponer el fomento del turismo en el corredor, que permita una mayor red de propuestas turísticas.

- Trabajar el desarrollo coordinado entre los municipios y la Secretaría de Turismo, junto a otros organismos correspondientes, para un mayor acceso a cajeros automáticos y posnet, crear espacios físicos estratégicamente ubicados (Ej.: paradores), y mejorar la señalética, rutas y caminos. Por otro lado, generar datos estadísticos para futuras decisiones, mapeo de las inversiones, plan de zonificación, y exenciones de impuestos para la instalación de servicios.

- Por el lado del sector privado, se propone el fomento del servicio de lanchas, excursiones de pesca y visitas a islas. Creación de una asociación de empresarios del corredor. Trabajar con los servicios turísticos beneficios y descuentos al turistas en fechas de mayor estacionalidad, días laborables y época invernal.

- De carácter mixto surgen las propuestas de capacitación a la población local, prácticas profesionales y pasantías para cubrir la atención a turistas fuera de los horarios de comercio en temporada alta y para oficinas de información turística en todo el corredor, llevar adelante un estudio de mercado definiendo el perfil de turista potencial, promocionar el Miniturismo en la zona y eventos relacionados a la cultura local. En algunas localidades, es necesario convenir el acceso público a las playas privadas.

- Por otro lado es necesario trabajar pactos sustentables con frigoríficos, cotos de caza y de toda aquella actividad extractiva que pueda atentar a las sustentabilidad de los recursos naturales, promocionar nuevas prácticas de turismo sustentables como productos turísticos (Ej.: birdwatching, safari fotográfico, trekking), a su vez, potenciar la utilización de energías alternativas no contaminantes y renovables, realizar zonas wifi a fin de no permitir la proliferación de los tendidos de fibra óptica.

- Elaborar un registro único de cabañas bajo normas específicas que establezcan series de requisitos para el buen funcionamiento (Normas de Calidad IRAM) y respeto del entorno circundante, además de promover la responsabilidad social empresaria.

Acorde al estudio llevado adelante damos formalmente por consensuado la existencia de turismo e inversiones de este tipo de oferta que ofrece el corredor. Por lo tanto consideramos como factible el desarrollo de las propuestas establecidas en función de los datos turísticos desarrollados a partir del relevamiento.

Este trabajo, cuenta con la aprobación de toda la población turística del corredor ya sea a partir de la participación de talleres o de completar con información las planillas de relevamiento, consideramos desde el equipo que esta participación concurrente, manifiestan la necesidad del desarrollo de acciones para el crecimiento turístico local y provincial.