

Introducción

Las características agro ecológicas del Sur de la Provincia de Córdoba han sido determinantes en el desarrollo geoeconómico de la región. Actualmente el Sur de la Provincia de Córdoba es un polo de desarrollo agro-ganadero alrededor de la ciudad de Río Cuarto la que funciona como centro principal de prestador de bienes y servicios del sector. Esta zona se caracteriza por disponer de grandes áreas naturales. Dentro de las más importantes se encuentran los bosques de caldén o caldenales.

El caldén, especie dominante de los bosques mencionados, es un árbol de linaje o abolengo subtropical y se presenta exclusivamente en la República Argentina, es decir, es endémico de nuestro país. Su distribución abarca actualmente el sur de la Provincia de Córdoba, el norte de La Pampa y el sector sur-occidental de San Luis.

En la Provincia de Córdoba estos bosques se han extinguido por causas de la producción agrícola y actualmente ocupan una pequeña superficie que comprenden los Departamentos Gral. Roca, Roque Sáenz Peña y Río Cuarto. Debido a esto Córdoba está desarrollando un Sistema de Conservación de la Biodiversidad y de Uso Sostenible de los ecosistemas de cardenales. Ha creado un Corredor Biogeográfico que delimita el área de acción (650.000 ha) en el que se generarán (a través de Acuerdos o Convenios con propietarios de predios con bosques de caldenes y especies afines) Reservas Naturales Forestales de administración mixta.

Por otra parte, en el sur de Córdoba se pueden encontrar gran variedad de especies silvestres de mamíferos, aves y reptiles. Algunas de ellas poseen un gran valor cinegético, tales como las siguientes aves: la Perdiz Chica, los Patos (Maicero, Capuchino, Barbincho Chico, Sirirí común), la paloma (dorada y manchada) y la lora común. También adquiere un cierto protagonismo el Jabalí Europeo.

Además, existen grandes superficies de dominio único en la Provincia que son estancias de grandes terratenientes, las que se dedican a la agricultura y a la ganadería. Otras, al mismo tiempo, se dedican al turismo rural o el turismo cinegético.

En lo referente al Turismo Cinegético, la Agencia Córdoba Turismo lo considera como una modalidad de caza deportiva con la presencia de un contingente (generalmente extranjeros) que, acompañados por un guía (quien debe poseer licencia de guía de caza), realizan excursiones de dos o más días para la caza de un/os determinado/os animales, respetando la zonas de veda y números de cotos establecidos por ley de acuerdo a la especie específica.

Una de las actividades de turismo cinegético con un importante potencial en el Norte y en el Este de la provincia de Córdoba es la Caza de la Paloma. Allí se evidencian signos de planificación turística. Incluso, en la actualidad existen un grupo minoritario de operadores aglutinados en la Cámara de Turismo Cinegético que representan esta actividad.

La disponibilidad de diferentes topografías y abundancia de palomas hace de Córdoba un lugar a considerar por los turistas afectos a este tipo de actividad. Al mismo tiempo, dicha actividad, representa un considerable porcentaje del turismo receptivo internacional de nuestra provincia. La mayor parte de turistas son de origen estadounidense y en menor proporción de Europa. Ellos realizan un gasto promedio sustancialmente mayor en comparación de los que provienen de países limítrofes y persiguen otros fines turísticos. Cabe destacar que el turismo cinegético, específicamente de caza menor, se debe tener en cuenta debido a que un cazador produce un gasto turístico por estadía de tres noches de alrededor de 1500 USD. per cápita.

Teniendo en cuenta los aspectos favorables que trae aparejado el turismo cinegético internacional, es que a través del presente Proyecto de Aplicación Profesional se pretende elaborar un programa de desarrollo turístico cinegético sustentable para los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca. Estableciendo los subprogramas, ejes y acciones necesarias para lograr a largo plazo una nueva alternativa de desarrollo económico para el Sur de la Provincia de Córdoba.

Todo lo propuesto se intentará enmarcar en el cuadro de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre, teniendo en consideración la protección del medio ambiente. Prioritariamente se propenderá garantizar que el desarrollo de las actividades de los cazadores se lleve a cabo de una manera segura y saludable, tanto para ellos como para las comunidades que los acogen.

De tal manera, esta práctica de turismo beneficiaría a la comunidad rural y urbana en general, no sólo fomentando el desarrollo económico y social, sino también logrando el cumplimiento de los objetivos de conservación del corredor biológico de los bosques de Caldenes.

Objetivos

2.1 Objetivo general del trabajo

⊕ **Evaluar la posibilidad de llevar a cabo la actividad turística cinegética sustentable en los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca con la finalidad de elaborar un Programa de desarrollo de dicha actividad.**

2.2 Objetivos Específicos

⊕ **Relevar áreas naturales del sur de la provincia, que cuentan con fauna y flora autóctona.**

⊕ **Explorar cuáles son las especies de valor cinegético y sus condiciones para la caza (estacionalidad, zonas de veda, protección, etc.).**

⊕ **Reconocer las áreas cinegéticas correspondientes a las especies identificadas.**

⊕ **Describir la planta turística que se ofrece actualmente en la zona en cuestión.**

⊕ **Investigar si existen establecimientos rurales en el sur de la provincia que ofrezcan paquetes de cacería.**

⊕ **Analizar la Demanda Actual y Potencial de Turismo Cinegético que existe en la Provincia de Córdoba y específicamente en la zona de estudio.**

⊕ **Indagar acerca de la competencia existente de turismo cinegético a nivel provincial, nacional e internacional.**

⊕ **Proponer un Programa de Desarrollo turístico cinegético para presentarlo en un futuro a la Agencia Córdoba Turismo para que lo incorpore dentro del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia.**

Marco teórico

3.1 Relevamiento Turístico

Los destinos son combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas (Bigné, Font y Andreu, 2000: 30).

Se puede definir al producto turístico como la integración de los atractivos y servicios propios de un espacio turístico elevado al símbolo de tal manera que pueda lograr comunicarse una identidad posible del producto y que el mismo logre satisfacer al turista en cuanto a su enriquecimiento personal (Bonessi y Brugnioni, 2002: 16).

Siguiendo la teoría que proponen los primeros autores mencionados, es importante aclarar que un destino no solo puede ser un lugar específico sino que también es percibido de acuerdo a la interpretación de los consumidores y en función de varios aspectos tales como: formación cultural, motivo de la visita, itinerario de viaje, experiencia previa, entre otros.

Este concepto, para el autor, engloba diversas implicaciones referentes al destino turístico:

- Es una unidad o entidad, que incluye diversos recursos turísticos e infraestructuras formando un sistema.
- Puede o no tener los mismos límites que los de la gestión administrativa del territorio. Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar puesto que, en caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda. Por lo tanto, el destino no funcionará a su pleno rendimiento.
- El turista percibe sus vacaciones como una experiencia global por lo que se requiere integrar los servicios y productos con tal de satisfacer al turista (Bigné, Font y Andreu, 2000: 30).

Siguiendo a Dominguez de Nakayama, se puede definir a los recursos turísticos como elementos con suficiente valor, atractivos, aptos y disponibles sobre los cuales una comunidad puede basar su actividad turística. Estos pueden ser:

a) Naturales: son elementos que se encuentran y pertenecen a la naturaleza. Se constituyen como verdaderos atractivos. La obra del hombre aquí se limita en resaltarlos y darle su puesta en valor, lo que no significa modificarlos sustancialmente. Cabe destacar los siguientes: suelo, clima, agua, flora y fauna.

b) Culturales: Proviene de las producciones, manifestaciones y creaciones del hombre a lo largo de la historia. Como ejemplos se pueden citar los que se mencionan a continuación:

- Bienes inmateriales (lenguaje, creencias, arte, ciencia e historia).
- Instituciones (entidades de bien público, museos, órdenes religiosas).
- Actividades de interés turístico (congresos, ferias, exposiciones, torneos, etc.).
- Productos regionales (obras de artes, artesanías, sitios de exposición).

Una vez definido el concepto de recurso turístico se abordará su relevamiento. Retomando a Bonessi y Brugnoli (2002), se lo puede clasificar en las siguientes facetas:

Técnica: Referida a la posibilidad de descubrir los recursos y describirlos en sus características. Está relacionada con métodos de investigación científica. Se trata de inventariar los recursos, paso previo para poder integrarlos en un producto turístico. Para llevarlo a cabo se emplea una ficha técnica que consiste en un sistema automatizado de inventario y registro.

Simbólica: Consiste en dimensionar los recursos en el plano de los significados posibles. El paisaje y su ambiente inmediato contienen signos dados particularmente por las características geográficas del lugar. Éstos son interpretados por el turista, quien le otorga una significación determinada. A partir de este relevamiento se puede expresar el eje temático del producto y su identidad.

Por otra parte, es indefectible considerar el relevamiento de la infraestructura turística. Físicamente la misma se expresa como una red o un sistema donde sus componentes están estrechamente interrelacionados. Una de las funciones primordiales que cumple la infraestructura es la de vincular entre sí los asentamientos urbanos y resolver las necesidades internas de los mismo a fin de permitir en esas dos escalas la circulación de personas, mercaderías, fluidos, energía y noticias. Una forma de dividir la infraestructura es la siguiente:

Externa: Se la utiliza por sectores de la actividad productiva y debe extenderse por todo el territorio de un país enlazando entre sí a los centros de producción, nudos de comunicación y conglomerados urbanos.

Infraestructura interna: Corresponde a la dotación que se le da a sí mismo a un sector para operar en una localización precisa.

Otra clasificación posible y más útil a los fines desde el punto de vista turístico, es la siguiente:

- Equipamiento: Todas aquellas partes de la infraestructura que se dedican a prestar los servicios básicos, tales como: alojamiento, gastronomía, transporte, etc.
- Instalaciones: Alude a las construcciones especiales destinadas específicamente a facilitar la práctica del turismo, por ejemplo: red vial, agua potable, desagües, energía, comunicaciones, servicios asistenciales, equipamiento deportivo y recreacional, de reuniones, turístico, entre otros servicios (Bonessi y Brugnoli, 2002: 93).

3.2 Marketing en los destinos turísticos

Para abordar esta temática se considera pertinente definir al marketing como un proceso social a través del cual los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros. La administración del mismo consiste en el proceso de planear y ejecutar la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones (Kotler y Keller, 2006: 8).

Cabe destacar que para que un destino sobreviva turísticamente a largo plazo se debe aplicar una orientación de marketing social, es decir: que el mismo no sólo debe tener como finalidad incrementar el número de visitas, sino que debe considerar las necesidades de los turistas y de la comunidad local, mejorando su calidad de vida. Bajo esta perspectiva se incorporan otras preocupaciones relativas en lo que respecta al medio ambiente, la cultura autóctona y los recursos territoriales turísticos.

Bigné, Font y Andreu (2000) consideran que el marketing de los destinos debería actuar como herramienta para facilitar los objetivos de desarrollo regionales y racionalizar la provisión del turismo con el fin de asegurar que los objetivos estratégicos de los destinos se cumplan.

Los principales objetivos estratégicos que deberían trazarse por los organismos que dirigen el destino son:

- c) Mejorar la prosperidad a largo plazo de la comunidad local.
- d) Deleitar a los visitantes maximizando su satisfacción.
- e) Aumentar la rentabilidad de las empresas locales y los efectos multiplicadores en su economía.
- f) Optimizar los impactos del turismo asegurando un equilibrio sostenible entre los beneficios económicos y costes socioculturales y medioambientales.

Además, el marketing de los destinos, debería ser utilizado como un mecanismo estratégico en coordinación con la planificación y la gestión más que como una herramienta de ventas. Los destinos no pueden ser gestionados o comercializados como empresas debido a la diversidad de intereses y beneficios buscados por el grupo de interés. El reto más importante es integrar a los múltiples agentes individuales para que cooperen en lugar de competir y llevar a cabo un marketing integrado.

Finalmente, estos autores destacan que en las funciones del marketing se debe otorgar especial consideración a los siguientes elementos:

- Análisis del entorno genérico de carácter económico, social, tecnológico y político.
- Definición del mercado de referencia.
- Segmentación del mercado
- Análisis de la competitividad potencial y actual.

- **Mega marketing:** este implica la utilización de dos nuevas variables, por un lado poder para facilitar el acceso a un mercado y los incentivos a ofrecer y, por el otro, relaciones públicas orientadas a los esfuerzos de relaciones sociales necesarias para ganarse a la opinión pública.
- **Alianzas estratégicas** con proveedores (tales como líneas aéreas, Tour operadores, entre otros, para lograr de esta forma que el destino sea accesible) y competidores.
- **Aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías e Internet.**

3.3 Investigación de Mercados en destinos turísticos

Las principales contribuciones de la investigación de mercado al marketing son:

- 1- **Evaluación y control de la imagen del destino.**
- 2- **Análisis de los atributos de los productos y servicios turísticos requeridos por los consumidores.**
- 3- **Análisis del perfil del turista:** duración de la estancia, tipo, motivación, gasto, medio de transporte, alojamiento, etc.
- 4- **Segmentación del mercado y desarrollo del marketing mix.**
- 5- **Identificación de nuevos mercados.**
- 6- **Evaluación de la elasticidad de la demanda para cada segmento de mercado.**
- 7- **Reducción de la estacionalidad al combinar los segmentos de mercado.**
- 8- **Valoración de la compatibilidad con otros segmentos de mercado.**
- 9- **Análisis de los canales de distribución alternativos.**
- 10- **Valoración de los impactos turísticos al destino.**
- 11- **Evaluación de la eficacia de las campañas de comunicación y selección de los medios de promoción (Bigné, Font y Andreu, 2000: 41).**

3.4 Segmentación de mercado

Para abordar esta temática se recupera a Kotler y Keller (2006). Los autores, en líneas generales, definen a la segmentación de mercado como un proceso que consiste en dividir el mercado total de un destino en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos que presenten las mismas necesidades, motivaciones, comportamiento de compras, ubicación geográfica, etc. Esta herramienta constituye un elemento clave para el éxito. Además permite mejorar la precisión y esfuerzo de marketing y obtener de esta manera, mejores resultados.

Frente a la complejidad del comportamiento del consumidor, se hace indispensable acudir a varias dimensiones para poder explicarlo, partiendo ineludiblemente de sus necesidades.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

1. ***Ser intrínsecamente homogéneos (similares)***: los consumidores del segmento deben de ser lo más semejantes posible respecto de sus probables respuestas ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.

2. ***Heterogéneos entre sí***: los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing

3. ***Bastante grandes***: para poder garantizar la rentabilidad del segmento.

4. ***Operacionales***: para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción.

Proceso de Segmentación de mercados

I. Estudio: examina el mercado para determinar las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Se llevan a cabo entrevistas de exploración y se organizan sesiones de grupos para entender mejor las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores. Recaba datos sobre los atributos y la importancia que se les da, conciencia de marca y calificaciones de marcas, patrones de uso y actitudes hacia la categoría de los productos, así como datos demográficos, psicográficos, etc.

II. Análisis: Se interpretan los datos para eliminar las variables y agrupar o construir el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular y lo que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades diferentes.

III. Preparación de perfiles: Se prepara un perfil de cada grupo en términos de actitudes distintivas, conductas, demografía, etc. Se nombra a cada segmento con base a su característica dominante. La segmentación debe repetirse periódicamente porque los segmentos cambian. También se investiga la jerarquía de atributos que los consumidores consideran al escoger una marca. Este proceso se denomina partición de mercados. Esto puede revelar segmentos nuevos de mercado (Kotler y Keller, 2006: 262).

Los autores antes mencionados proponen los siguientes tipos de segmentación de mercado:

- ***Segmentación Geográfica***: subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles.

- ***Segmentación Demográfica***: se utiliza con mucha frecuencia y está muy relacionada con la demanda y es relativamente fácil de medir. Entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.

- **Segmentación Psicográfica:** Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores.

- **Segmentación por comportamiento:** se refiere al comportamiento relacionado con el producto. Utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto.

Una vez que se lleva a cabo la segmentación, se debe preparar el lanzamiento del producto al mercado. Para esto hay que tomar decisiones respecto a la imagen que desea que ese producto tenga y como se quiere que los potenciales consumidores/usuarios lo perciban.

Según Kotler y Keller (2006), el posicionamiento es la toma de posición concreta en la mente de los consumidores a los que se dirige una determinada oferta u opción. Es importante destacar que el mismo no tiene por qué corresponder con las características reales del producto, sino que refleja simplemente la percepción que los consumidores han apreciado. Estos presentan una metodología que consiste en:

1. Identificar el mejor atributo del producto.
2. Conocer la posición de los competidores en función a ese atributo.
3. Decidir la estrategia en función de las ventajas competitivas.
4. Comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad.

Hay que tomar en cuenta que exige que todos los aspectos tangibles del producto, plaza, precio y promoción apoyen la estrategia de posicionamiento que se escoja.

3.5 Análisis de los destinos turísticos

Bigné, Font y Andreu (2000) destacan que es fundamental llevar a cabo un proceso de planificación. Éste requiere del análisis de situación que engloba tanto el nivel externo como el nivel interno. Una forma habitual de presentar el análisis es mediante la técnica de FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas,).

Estos autores proponen las distintas fases de la Planificación estratégica del destino de la siguiente manera:

Fase Analítica

1. Análisis externo
2. Análisis interno
3. DAFO
4. Diagnóstico

Fase Estratégica

1. Misión

2. Objetivos estratégicos
3. Estrategias

Fase Táctica

1. Planes de actuación a corto y largo plazo

Fase de Revisión y Control

1. Grado de avance del plan
2. Resultados obtenidos
3. Medidas correctoras y modificaciones del plan

Para lograr una comprensión total de esta temática en relación a los objetivos del presente estudio, se considera necesario profundizar algunos aspectos de la Fase Analítica.

Es importante resaltar que el Análisis Externo permite descubrir las oportunidades que presenta el destino, principalmente la ventaja competitiva, es decir, aquellas características o atributos que le confieren una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos en un mercado específico. Por otra parte, también manifiesta las diferentes amenazas, es decir, tendencia o desarrollo desfavorable del entorno que puede conducir, en ausencia de las acciones adecuadas, a una merma del atractivo de ese mercado.

Para llegar a esto se deben analizar las siguientes dimensiones:

a) ***Mercado:*** Esta etapa tiene como finalidad la determinación de los turistas objetivo así como sus características esenciales. Entre las actividades que se incluyen dentro de este análisis puede distinguirse entre aspectos globales y de comportamiento. Entre los primeros se incluye la determinación del tamaño del mercado, potencial de crecimiento y evolución de la demanda, segmentos de mercado específico, necesidades y deseos del turista. Los aspectos comportamentales hacen referencia a cuestiones relacionadas al proceso de compra del turista, su conducta y aquellos otros factores que lo determinan, como las motivaciones, actitudes y similares. Se trata de proyectar la orientación del destino al mercado a través de la identificación de las necesidades de los turistas.

b) ***Competencia:*** incluye tanto la identificación de los destinos competidores actuales y potenciales como la evaluación de los mismos. La evaluación de los competidores comprende el análisis de los objetivos planteados, volumen de turistas y gasto de los turistas, grado de satisfacción, productos que ofrecen, canales de distribución empleados, comunicación, etc.

c) ***Sector:*** debe estudiarse con el fin de detectar tendencias, segmentos de mercado y factores claves de éxito que pueden dar lugar a oportunidades y amenazas para el destino. Los aspectos de análisis del sector incluyen el número, característica y estructura de las empresas principalmente turísticas del destino.

d) **Entorno:** se refiere al análisis de los factores no controlables por el destino que limitan o impulsan su desarrollo, tales como: político-legales, económicos, sociológicos, culturales y tecnológicos.

Retomando nuevamente a Kotler (2006), se explicitan los siguientes conceptos:

Oferta Turística: Es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Demanda Turística: La demanda de un producto o servicio es la cantidad del mismo que desea y puede realmente adquirir un colectivo en condiciones determinadas. Esta compuesta por todos aquellos turistas que, de forma individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual, motivados por los productos o servicios turísticos, con el objeto de cubrir sus necesidades.

Competencia: La competencia incluye todas las ofertas reales, potenciales y los sustitutos que un comprador pudiese considerar.

Hay cuatro niveles de competencia:

1- **De marca:** una empresa ve como competidores a otras empresas que ofrecen un producto y servicios similares a los mismos clientes y a precios similares.

2- **De industria:** todas las empresas que generan el mismo producto o clase de producto.

3- **De forma:** la competencia estaría conformada por todas las empresas que generan productos que proporcionan el mismo servicio.

4- **Genérica:** todas las empresas que compiten por el mismo dinero de los consumidores.

Por otro lado, la finalidad que tiene el Análisis Interno es la para identificar las fortalezas (competencia distintiva en relación a sus rivales, que resulta significativamente estimada por los turistas) y debilidades (carencia con relación a sus competidores y potenciales turistas) del destino y de los sectores implicados en su desarrollo.

En primer lugar se describen los diversos recursos que se pueden encontrar en los destinos. Es importante valorarlos de forma ordenada, sistemática y continua, considerando el destino como un sistema.

Los recursos turísticos, como componentes del sistema turístico, constituyen la materia prima del desarrollo turístico. Al mismo tiempo, éste último, junto con la oferta de alojamiento y la oferta turística complementaria, los servicios generales e infraestructuras, la formación del personal y similares, configuran el producto turístico de un destino (Bigné, Font y Andreu, 2000: 309-310).

Munuera y Rodríguez (1998) recomiendan que luego de realizar estos dos tipos de análisis, se aplique la matriz DAFO ya que otorga una estructura conceptual para llevar a cabo un análisis sistemático que facilita la comparación de las amenazas y oportunidades externas con las fuerzas de las debilidades internas del destino. Este análisis clarifica el tipo de situación en que se encuentra el destino y al mismo tiempo, indica alguna de las acciones más lógicas que deben llevarse a cabo.

3.6 Planificación Estratégica de Marketing en los Destinos Turísticos

El Plan de desarrollo turístico se utiliza para hacer referencia a un plan estratégico que integra todos los aspectos del desarrollo turístico, incluyendo los recursos humanos, medioambientales y socioculturales (OMT, 1998).

La posición competitiva de un destino turístico se encuentra condicionada por cuatro elementos, formando el diamante de la competitividad (Porter, 1991):

- a) **Condiciones de los factores productivos** (existencia de recursos humanos cualificados, tecnología disponible, características desarrolladas en el proceso de entrega del servicio, condiciones climáticas, geográficas, medioambientales, etc.).
- b) **Condiciones de la demanda** (segmentos de demanda, grado de sofisticación y exigencias de la demanda).
- c) **Características de las empresas que se integran en el propio destino.**
- d) **Condiciones de los sectores de apoyo** (seguridad, disponibilidad, y adecuación de infraestructuras, situación económica del destino y servicios básicos, etc.) así como de la administración.

En el diseño de la estrategia para obtener una mayor competitividad en el mercado turístico cabe distinguir dos conceptos:

- **Ventajas comparativas:** vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión. Entre ellos cabe destacar los recursos naturales, condiciones socioeconómicas, políticas del sector, etc.
- **Ventajas competitivas:** están definidas por aquellos elementos incorporados (valor añadido) al destino turístico tales como la educación y formación específicas para la actividad turística, una mejora de los canales y medios de información del destino, el esfuerzo permanente por introducir innovaciones, entre otros (OMT, 1996).

Bigné, Font y Andreu (2000) señalan que la planificación turística tiene por objeto el desarrollo integrado de todas las partes del sistema turístico, tanto de los factores de la demanda y de la oferta como de los elementos físicos e institucionales. Actuando mediante un enfoque integrado, el sistema funcionará con mayor eficacia y alcanzará los beneficios deseados. Simultáneamente, es relevante destacar, como señala Inkskeep (1994), que dicha planificación turística es un proceso continuo y flexible y, por consiguiente, dentro del marco de las recomendaciones políticas y planes, debe haber una cierta flexibilidad que permita la adaptación a las circunstancias cambiantes.

El enfoque de la planificación varía dependiendo del nivel al que se realice, el objeto, así como del periodo de tiempo sobre el que se llevarán a cabo los objetivos, estrategias y líneas de acción.

La actual situación del mercado donde la necesidad de obtener productos altamente competitivos es clave para la supervivencia económica de los mismos, impone la necesidad de desarrollar los productos turísticos según un proceso de planificación estratégica de marketing que englobe las siguientes etapas (OMT, 1998):

- **Análisis de los desarrollos turísticos previos**, ya sean basados en experiencias propias anteriores como en el estudio comparativo de otras similares que puedan ser ejemplo para el actual.
- **Determinación de la posición turística actual** estableciendo un análisis DAFO que permita definir un diagnóstico de la situación real del producto.
- **Elaboración de las diferentes políticas a seguir y concreción de las diversas estrategias** que deben implementarse para obtener los objetivos previamente delimitados.
- **Implementación de las políticas** establecidas a través de programas operativos adecuados para tales objetivos.

Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba

En Febrero del año 2006, el Gobierno de la Provincia de Córdoba presentó su Plan Estratégico de Turismo Sustentable, el mismo fue elaborado bajo la gestión del Gobernador Dr. José Manuel De La Sota; Vicegobernador Cr. Juan Schiaretto y Presidente de la Agencia Córdoba Turismo Sr. Carlos Tomás Alesandri, junto al apoyo técnico y de coordinación de diversos profesionales, pertenecientes al sector público y privado.

Este Plan fue creado para constituirse en una herramienta fundamental para el diseño de una política de estado orientada hacia el desarrollo integrado del sector. Este se encuadra en las disposiciones contenidas en la Ley Federal de Turismo N° 25.997 y en la Ley Provincial de Turismo N° 9124.

El marco general al cual se remite su formulación, se halla contenido en las orientaciones del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), presentado por la Secretaría de Turismo de la Nación en el Congreso Federal de Turismo de Córdoba (junio de 2005).

Del desarrollo y conclusiones del PFETS surgen una serie de Programas Estratégicos emergentes para la Región Centro (Provincia de Córdoba), referidos a la coordinación intersectorial e interjurisdiccional para la planificación estratégica, planificación de la inversión en turismo sustentable, planificación y puesta en valor de atractivos y productos, mejoramiento de la infraestructura, optimización de la calidad integral de los destinos turísticos provinciales, comunicación, marketing y promoción.

Todos estos aspectos han sido integrados en la formulación de los objetivos del Plan Provincial, constituyendo el contenido de los campos de actuación propuestos como base para el desarrollo participativo del mismo.

El objetivo general de este plan es generar actuaciones estratégicas conducentes al desarrollo sustentable de la actividad turística en Córdoba, mediante la participación comprometida de todos los sectores del turismo de la provincia para el logro de una mejor calidad de vida para los habitantes, la protección del patrimonio provincial, el desarrollo cualitativo de la oferta, el incremento y la redistribución de los ingresos, basada en criterios de equidad y la consolidación de la imagen turística de la provincia.

En cuanto a lo que se refiere a los objetivos particulares se pueden mencionar los siguientes:

§ Incorporar el enfoque de sustentabilidad como base de las actuaciones de desarrollo turístico en la Provincia de Córdoba.

§ Generar un proceso de planificación participativo, integrado, continuo y sujeto a verificaciones.

§ Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, así como de la experiencia de los turistas y a la conservación de los recursos ambientales sobre los que se basa la actividad.

§ Constituir un instrumento de articulación de actuaciones para la concertación de actores involucrados en el desarrollo turístico.

§ Consolidar las actuaciones interjurisdiccionales e intersectoriales tanto a nivel público como privado, favoreciendo el desarrollo coordinado de los sectores involucrados en el campo turístico provincial.

§ Procurar una distribución equilibrada de la demanda en relación a las condiciones de la oferta turística provincial, evitando situaciones de saturación e impactos negativos sobre los componentes de la oferta.

§ Promover el mejoramiento continuado de la calidad de la oferta turística provincial.

§ Promover el desarrollo de la calidad en la gestión y en la prestación de los servicios turísticos.

§ Procurar el incremento de la inversión pública y privada en los diversos campos de la oferta y la promoción del turismo receptivo.

§ Contribuir al fortalecimiento del desarrollo empresarial del sector, optimizando la inversión turística.

Sobre la base de los fundamentos y objetivos enunciados, se plantea la ejecución del Plan a partir del trabajo participativo de los actores involucrados en el sector turismo alrededor de cinco campos de actuación que resultan del agrupamiento de objetivos particulares. Los campos se refieren a los grandes núcleos temáticos que organizan la actividad del sector turismo a tener en cuenta en un proceso de planificación estratégica.

Campo 1. Gestión de la oferta: recursos turísticos

Desarrollo de los atractivos y recursos turísticos en base a criterios de sustentabilidad e integración, preservando las identidades regionales que:

- a) Favorezcan la desconcentración y diversificación de las corrientes turísticas generando más puestos de trabajo, ordenando, planificando y desarrollando regiones y corredores.
- b) Propicien el mejor aprovechamiento (protección, puesta en valor, accesibilidad, uso apropiado) del patrimonio natural y cultural en función de una adecuada articulación interjurisdiccional e intersectorial, con adecuación y/o creación de marcos normativos pertinentes.
- c) Promuevan la identificación y valoración de atractivos potenciales para su posterior inserción en el patrimonio turístico local/regional.

Campo 2. Gestión de la oferta: facilidades y servicios turísticos

Fijación de criterios e implementación de acciones para la optimización de la calidad en materia de accesibilidad, equipamiento, instalaciones, infraestructura y servicios, consensuados entre el sector público y privado basado en el principio de sustentabilidad que:

- a) Fomente la creación de conciencia de los protagonistas directos e indirectos del sector (empresarios, prestadores de servicio, población anfitriona).
- b) Incentive la formación y capacitación de los recursos humanos para el turismo.
- c) Propicie la adecuación y renovación de equipamientos e instalaciones existentes y la ejecución de nuevas obras turísticas tanto en la gestión pública como en la privada.
- d) Favorezca la conectividad y accesibilidad para la captación y traslación turística nacional y regional mediante la realización de obras de infraestructura y la optimización de las prestaciones actuales.
- e) Promueva la incorporación, actualización y homogeneización de las normativas sectoriales y modelos de calidad en la gestión y en las prestaciones turísticas.

Campo 3. Identificación y promoción de productos

Consolidación de la imagen turística de Córdoba mediante la promoción de las diferentes regiones y corredores turísticos con un criterio de protección de sus propias identidades fortaleciendo los productos y destinos existentes y los destinos y productos emergentes implementando estrategias de acción que:

a) Posibiliten la identificación de los segmentos de mercado actuales y potenciales mediante la realización de estudios de demanda.

b) Permitan identificar los mejores canales de comercialización y promoción según mercados y segmentos, incorporando nuevas herramientas y tecnologías.

c) Propicien alianzas estratégicas entre el sector público y privado turístico y no turístico a fin de lograr el apoyo para la comercialización y promoción.

Campo 4. Inversión

Optimización de las ventajas comparativas para un mejor posicionamiento competitivo de los destinos turísticos de Córdoba y el desarrollo del sector mediante la inversión en obras públicas y la gestión de incentivos y financiamiento a los emprendimientos privados a través de la implementación de acciones que:

a) Permitan la realización de estudios específicos del sector.

b) Fomenten la obtención de nuevas fuentes de financiamiento con el objeto de realizar obras de equipamiento e infraestructura y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.

c) Generen nuevas formas de gestión y estímulo para las inversiones con adecuación y/o creación de marcos normativos pertinentes.

Campo 5. Capacidad local de gestión turística

Identificación y evaluación de la disponibilidad efectiva y/o potencial de dispositivos (normas, organización institucional, capacitación, etc.) y de recursos (personas, medios físicos, tecnológicos, económicos, etc.) que pueden ser considerados como medios o formas de actuar para la resolución de los problemas planteados en términos de desarrollo turístico sustentable. Ello implica:

a) Identificación y evaluación de dispositivos vigentes y posibles (normativas provinciales/municipales/comunales, instrumentos de ordenamiento urbano, códigos y leyes provinciales de aplicación local-regional, esquemas de organización institucional y de gestión de orden público, intermedio (público-privado) y privado) que posibiliten un adecuado marco para la organización de la gestión turística integrada (provincia-municipios- entes privados).

b) Identificación y evaluación de recursos aplicables al desarrollo de estrategias de turismo sustentable (económico-financieros, humanos capacitados, tecnológicos, cantidad y calidad de la información socialmente disponible y comunicable sobre la problemática en análisis) que permitan la efectiva organización de la gestión del Plan en todos los niveles jurisdiccionales involucrados.

c) Identificación de marcos territoriales más apropiados para la gestión del plan estratégico de desarrollo turístico sustentable en Córdoba (asociaciones y/o vinculaciones intermunicipales existentes y/o potenciales, ídem en el campo de la gestión privada, avances de políticas de regionalización en la provincia y sus posibles efectos en el campo turístico).

A partir de la formulación y presentación del Plan, se inicia un nuevo ciclo dentro del proceso de la Planificación Estratégica de Turismo Sustentable con las etapas de implementación, monitoreo y control del desarrollo de las actuaciones previstas en el Plan. Dicho ciclo se iniciará con el desarrollo desagregado de los Programas y Proyectos pre-identificados en el Plan, tendiente a la formulación ajustada y viable de cada uno de ellos para su posterior implementación y verificación a través de mecanismos de monitoreo y control a nivel general y local, respectivamente.¹

3.7 Desarrollo de los destinos turísticos

En principio, las ventajas comparativas vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión (Sancho, 1998: 201). Entre estos factores se encuentran, principalmente, los recursos naturales (relieve, clima, fauna, flora), las condiciones socioeconómicas que inicialmente posee el territorio (mano de obra, entre otros), las políticas macroeconómicas utilizadas para mejorar el sector (como, por ejemplo la devaluación de la moneda). En definitiva, se trata, de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma del desarrollo turístico predominante hasta el momento (Sancho, 1998: 202).

Los factores que inciden en la localización de las empresas turísticas y, por tanto, en el desarrollo de los destinos turísticos, son múltiples y muy variados. Así, por ejemplo, Ritchie y Crouch (2004) identifican los siguientes grupos o categorías: recursos humanos, recursos físicos, conocimientos, recursos de capital, infraestructuras y superestructura, recursos culturales e históricos y tamaño de la economía del destino (Ritchie y Crouch, 2004: 20-21).

Por otro lado, según Vera (1997), podemos agrupar a todos estos factores en tres grandes categorías:

a) **Factores espaciales:** hacen referencia a la distancia física existente entre los núcleos emisores y receptores. No obstante, esta distancia física deberá entenderse en términos distancia/tiempo y distancia/coste, ya que su valor relativo y su importancia va cambiando en función de las posibilidades técnicas de la realización de los viajes y del coste monetario de éstos. Por esta razón, uno de los aspectos más importantes en la localización de las actividades turísticas es el grado de accesibilidad del lugar donde éstas se sitúan. Esta circunstancia determina lo que se conoce como renta de situación. A ello habría que unir otra serie de distancias tales como la cultural, política, idiomática.

Sin embargo, debido a las mejoras tecnológicas y de los accesos e infraestructuras, los cuales hacen disminuir las distancias tanto en términos de costes como de tiempo, este tipo de ventaja comparativa va perdiendo importancia a la hora de explicar el desarrollo y la competitividad de los destinos turísticos.

¹ <http://www.planturismocordoba.com.ar/>

b) **Factores ambientales:** aluden a las condiciones cuantitativas como cualitativas que conforman el espacio geográfico. Estos atributos pueden, a su vez, clasificarse en dos grandes grupos: los naturales (clima, flora, fauna, abundancia de agua, etc.) y los culturales (patrimonio y costumbres heredadas de nuestros antepasados). Ambos recursos del territorio se convierten en factores de desarrollo de destinos turísticos en el momento en que se adjudica una valoración a los mismos ya que, a partir de este momento, son susceptibles de aprovechamiento económico, conformándose como activos fijos de los propios territorios.

No obstante, tanto la modificación de los componentes naturales como la recreación artificial de los factores naturales y culturales son fenómenos a valorar por cuanto suponen un desplazamiento, una deslocalización de la ubicación de los recursos naturales y una relativización de este hecho como factor de localización, tal como ocurre con los recursos culturales (Vera, 1997: 69). Efectivamente, a raíz de estas afirmaciones puede decirse que, tal y como ocurría para los factores espaciales, las ventajas comparativas comienzan a perder, en parte, poder explicativo en el desarrollo y, sobre todo, en la competitividad de los destinos turísticos.

c) **Factores dinámicos:** en este grupo se encuentran aquellos factores que pueden cambiar con el tiempo más fácilmente que los anteriores, entre ellos destacan: la estructura receptiva, las infraestructuras, la mano de obra, el papel institucional, la política monetaria. Siguiendo al profesor Vera Rebollo (1997) puede decirse que la localización turística está determinada por el factor económico, entendiéndolo como el conjunto de diversas circunstancias de naturaleza económica que han intervenido e intervienen en los procesos de desarrollo del turismo y que también influyen en sus pautas espaciales. Hay que añadir a lo dicho la política monetaria, la influencia del valor de las monedas y la sucesión de situaciones económicas coyunturales (inflación, crisis cíclicas, etc.), entre otras.

A partir de los aportes teóricos abordados anteriormente se puede inferir que una gran cantidad de factores existentes en los territorios pueden incidir sobre el desarrollo y la competitividad de los destinos turísticos, lo cual ha provocado la elaboración de múltiples clasificaciones. No obstante, todos ellos tienen en común el encontrarse fuera de los límites y control de las empresas turísticas. Esto ha ocasionado que, bajo esta teoría, las empresas turísticas jueguen un papel muy limitado a la hora de explicar la competitividad de los destinos turísticos, convirtiéndose, por ende, en un agente pasivo del territorio, en general y del destino turístico donde se localizan, en particular.

Se puede concluir que la mayor parte de este tipo de ventajas tiende a ir perdiendo importancia a la hora de explicar la competitividad y el éxito, sobre todo a largo plazo, de los destinos y de las empresas que operan en los mismos. En este sentido, tal y como afirman Camisón y Monfort (1998: 6), cuando un destino turístico comienza a entrar en la fase de madurez de su ciclo de vida, requerirá acciones positivas encaminadas a rejuvenecer el destino mediante la sustitución de las ventajas comparativas tradicionales por otras que garanticen la permanencia en el mercado y generen niveles más altos de rentabilidad.

Ante la progresiva pérdida de poder explicativo de la teoría de la ventaja comparativa para analizar la competitividad de los destinos turísticos, sobre todo de aquellos destinos maduros, en la década de los ochenta surge el concepto de ventaja competitiva. En tal sentido, puede decirse que, mientras que la ventaja comparativa hace referencia a todos aquellos recursos existentes en el territorio y que son valorizables, las ventajas competitivas se relacionan con la habilidad de los destinos turísticos para usar eficientemente esos recursos y añadirle valor a lo largo del tiempo (Ritchie y Crouch, 2004: 23). Así se pasa de un concepto de competitividad de carácter estático a otro de carácter dinámico en el que lo más importante ya no son las dotaciones factoriales existentes en un determinado destino turístico, sino la habilidad que exista en éste para añadir valor y sacarle rentabilidad a los mismos.

Surge entonces el concepto de ventaja competitiva relacionado con aquellos elementos incorporados que aportan valor añadido a los destinos turísticos y, más concretamente, a los turistas, mediante actuaciones como la mejora en la formación, el conocimiento turístico y en las fuentes estadísticas de información, el esfuerzo permanente en introducir innovaciones en la producción, en la comercialización y en los servicios (Sancho, 1998). En definitiva, todas estas actuaciones pretenden mejorar la competitividad de los destinos turísticos entendiendo el análisis competitivo como un análisis dinámico basado en un enfoque estratégico frente al análisis estático, a corto plazo, en el que se fundamenta la teoría neoclásica.

Sin embargo, dada la importancia que, como se ha comentado anteriormente, también tiene el concepto de ventaja comparativa para el desarrollo de los destinos turísticos, debe decirse que el mismo como el de ventaja competitiva deben proporcionar, de forma integrada, la base teórica necesaria para desarrollar un nuevo modelo de competitividad de los destinos turísticos (Sánchez y Fajardo, 2004: 5) más ambicioso y cercano a la realidad. Este nuevo enfoque de la competitividad deberá apoyarse en el análisis tanto de los factores macroeconómicos como microeconómicos y tanto en factores estáticos como dinámicos. Al mismo tiempo la competitividad sostenible de los destinos turísticos deberá fundamentarse en los factores dinámicos.

Se considera que la iniciativa de progreso de un destino debe encontrarse liderada por la Administración local por tratarse de una entidad pública, con capacidad económica directa, facilidad para acceder a diferentes medios de financiación (especialmente los de carácter público) y con aptitud para aglutinar esfuerzos locales (públicos, privados o mixtos), aunque precise obviamente del continuado apoyo de las restantes entidades públicas, como se verá más adelante.

La implementación de una política local dirigida al desarrollo turístico debe tener presente las siguientes premisas consideradas fundamentales para alcanzar los objetivos de progreso económico y social requeridos por la población local:

- **El desarrollo sostenible o sostenibilidad:** Es preciso plantearse como objetivo primordial la obtención del máximo desarrollo que permita la satisfacción de las

necesidades presentes sin limitar con ello la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer igualmente sus propias necesidades². Cualquier planteamiento opuesto al desarrollo sostenible implicaría la destrucción de potencialidades futuras y la pérdida del adecuado equilibrio a lo largo del tiempo, además de incurrir en un grave incumplimiento de disposiciones normativas tanto nacionales como internacionales en la materia. Entre las ventajas que las políticas de desarrollo sostenible suponen para las entidades locales se han destacado, entre otras, la mejora de su posicionamiento económico, el surgimiento de nuevas oportunidades de empleo y la mejora en la imagen de la acción política (Bosch Camprubí, 2001: 50). Para la Carta del Turismo Sostenible el desarrollo turístico ha de ser “soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales”, implicando “un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende”³.

- **Desarrollo endógeno:** Implica un desarrollo no impuesto, que se fundamente en el respeto y protección de los valores, tradiciones, manifestaciones culturales y folclóricas de las comunidades locales que integran el medio rural objeto de actuación. Así la Declaración de Québec sobre el Ecoturismo (2002) incluye como principios específicos adicionales al desarrollo sostenible, entre otros, la activa contribución a la conservación del patrimonio natural y cultural y la inclusión de las comunidades locales en su planificación, desarrollo y explotación⁴.

- **Desarrollo participativo:** Puede entenderse en el doble sentido de causa y consecuencia del desarrollo endógeno, de forma que sin participación suficiente de la comunidad local no es posible la aplicación de un desarrollo endógeno y sin emplear los principios de identidad cultural propios de éste, difícilmente se conseguirá involucrar a la población. Es necesario incentivar los cauces de participación ciudadana, tanto en el proceso de adopción de medidas (por ejemplo, realizando el correspondiente trámite de información pública en el procedimiento de aprobación de los instrumentos de intervención; incrementando el grado de información ciudadana; tomando en consideración y respondiendo a cuantas propuestas e iniciativas se susciten a través de los canales de participación), como en su puesta en práctica, alcanzando la realización de campañas de información y concientización ciudadana, programas de voluntariado ambiental y actividades formativas dirigidas a la población local (Muñoz Escalona, 2003: 25).

- **Calidad:** El objetivo de toda iniciativa de desarrollo de un destino turístico ha de estar enmarcado en una política de calidad. Así los servicios públicos, las instalaciones

² Aplicación del principio de desarrollo sostenible enunciado certeramente en 1987 por la Comisión Brundtland de Naciones Unidas sobre “Medio Ambiente y Desarrollo”

³ Carta del Turismo Sostenible aprobada en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote entre los días 24 y 29 de abril de 1995.

⁴ Declaración aprobada en la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en la Ciudad de Québec (Canadá), bajo los auspicios del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo.

y establecimientos turísticos, las infraestructuras, las iniciativas de actividades complementarias y la información turística deben dirigirse a la plena satisfacción de los usuarios turísticos, facilitando la articulación de una imagen turística de calidad. El ordenamiento jurídico encomienda a la Administración Pública la consecución y mantenimiento de esta imagen turística de calidad, quedando de esta manera conformada la calidad del turismo como un objetivo de interés público cuya consecución ha de ser propiciada por la Administración y como un derecho de los usuarios turísticos (Vid. Sanz Domínguez, 2003: 55).

- **Integración territorial:** El desarrollo turístico del destino no puede ser abordado únicamente desde la iniciativa local de cada municipio. Es preciso integrar los instrumentos de actuación de carácter municipal en otros de ámbito territorial superior autonómico y provincial. Por su parte, la extensión geográfica de determinados recursos geográficos (por ejemplo, un espacio natural protegido que abarque varios municipios colindantes), la conformación de una oferta turística más atractiva por su variedad y completitud, la creación de atractivos turísticos supramunicipales (por ejemplo, rutas turísticas) y la mayor eficacia y eficiencia en la gestión del gasto público, avalan la utilización de instrumentos de integración territorial tales como planes regionales, creación de mancomunidades de municipios, denominaciones geoturísticas que afecten a varios términos municipales y actuaciones conjuntas de promoción y fomento.

- **Integración sectorial:** Necesidad de coordinar la política de desarrollo turístico con los restantes ámbitos de actuación municipal evitando contradicciones y aunando sinergias: servicios públicos dirigidos a la población, política urbanística, desarrollo industrial, agrícola, avícola, forestal, política ambiental, control y eliminación de residuos, promoción de la cultura y el ocio.

Se debe plantear una estrategia en la política local de desarrollo fundamentada en cinco puntos: planificación turística local, información turística y concienciación social, promoción y fomento de actividades turísticas, declaración de zona de preferente actuación turística y actividad pública de control y seguimiento.

A continuación se presentan las principales ventajas que representa el desempeño adecuado y ordenado del turismo cinegético para el desarrollo regional:

§ La dependencia directa que tiene la actividad cinegética de la fauna local, pone en evidencia la importancia de la protección y control de las especies y el hábitat en que se desarrollan.

§ La rentabilidad que producen las especies silvestres a través de su aprovechamiento cinegético, se traduce en una revalorización intrínseca de las mismas, y suscita una inversión voluntaria y fructífera en la preservación de la población existente, así como en la protección y mejoramiento de su hábitat.

§ La actividad cinegética representa una alternativa para complementar los ingresos del sector agropecuario que se ha visto afectado en los últimos años por el incremento de la competencia y la pérdida de competitividad de los productos tradicionales.

§ El turismo cinegético se realiza en zonas rurales, ofreciendo oportunidades de trabajo y aprendizaje a comunidades apartadas con escasas expectativas de desarrollo.

§ La práctica del turismo cinegético se complementa con otros tipos de turismo (sitios arqueológicos, pesca, sol y playa, etc.), especialmente en el caso de los visitantes extranjeros. De esta manera la derrama de los turistas cinegéticos se distribuye entre una amplia gama de segmentos turísticos.

3.8 Turismo Alternativo, Rural y Cinegético

Según la Ley N° 8801 de la Provincia de Córdoba, promulgada en el año 1999, define al Turismo Alternativo: “como el conjunto de formas de ejercicio del turismo, que se encuentran motivadas principalmente por la intención de realizar actividades recreativas, educativas, deportivas o análogas, respetando normas o reglas que garantizan relaciones armónicas entre los intereses personales y la protección del patrimonio natural y cultural”.

Las Modalidades Turísticas son el conjunto de actividades turísticas y servicios afines que, adecuados al ámbito en que se desarrollan, destacan a una actividad recreativa principal como dominante de toda la experiencia.

Se reconoce las siguientes:

- a- Ecoturismo
- b- Turismo de Aventura
- c- Turismo Rural
- d- Turismo Cultural
- e- Turismo de Salud
- f- Turismo Deportivo

La actividad de Turismo Alternativo encuadra al conjunto de acciones que realiza una persona, cumpliendo normas específicas de seguridad y protección, con el fin recreativo de transitar de una determinada manera por un ambiente o de permanecer en él.

Se reconocen las actividades que se mencionan a continuación:

- Actividades Aéreas;
- Actividades Náuticas;
- Buceo;
- Cabalgatas;
- Caminatas de hasta segundo grado;

- Cicloturismo;
- Escalada;
- Espeleísmo;
- Observación de la Flora y la Fauna;
- Safari Fotográfico;
- Supervivencia y
- Turismo en rodados doble tracción y las que en el futuro se reconozcan como tales.

A su vez, estas actividades se clasifican por niveles de alto, moderado y bajo riesgo.

En la presente investigación cabe destacar la definición de Turismo Rural, que remite a todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes del estilo usual de vida, etc. Así, practican turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria (agroturistas), como los cazadores, pescadores, científicos, estudiantes en viajes de egreso, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro, etc. Se caracteriza porque los servicios son prestados por los habitantes del mundo rural con la participación de la familia del productor agropecuario. La inclusión del productor agropecuario como prestador de servicios define a la actividad.

El turismo rural se distingue, y adquiere identidad propia, por las siguientes cualidades: autenticidad, respeto por el ambiente, revalorización de la cultura rural, atención familiar y personalizada, educativo e interactivo.

El turismo rural favorece el desarrollo económico y social creando condiciones para garantizar la permanencia de los agricultores en las zonas rurales. Además, colateralmente, incentiva una mejor utilización del patrimonio natural, cultural y arquitectónico del mundo rural.

Específicamente, se debe hacer hincapié a un término que se abordara lo largo de la investigación, el mismo, hace referencia al Turismo Cinegético, que la Secretaría de Turismo de México lo define como: "La actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos, localidades o áreas donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural, y que hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre."

Otra definición, es la que propone la Agencia Córdoba Turismo, que considera al Turismo Cinegético como una modalidad de caza deportiva con la presencia de un contingente (generalmente extranjeros) que, acompañados por un guía (quien debe poseer licencia de guía de caza), realizan excursiones de dos o más días para la caza de un/os determinado/os animales, respetando la zonas de veda y números de cotos establecidos por ley de acuerdo a la especie específica.

3.9 Tipología de Caza

La Ley 22.421 "Conservación de fauna silvestre", define a la Caza, como "la acción ejercida por el hombre mediante el uso de artes, armas, y otros medios apropiados, persiguiendo o apresando a ejemplares de fauna silvestre con el fin de someterlos bajo su dominio apropiándose como presa, capturándolo, dándole muerte o facilitando estas acciones a terceros".

Existen distintas modalidades de caza:

- **De subsistencia** (peludos, conejo de los palos y vizcachas).
- **Cultural** (como la persecución de animales que se cree que son "mágicos" como algunas especies de tortugas terrestres, o "malignos" como el aguará guazú).
- **De control de especies perjudiciales o "plagas"** (Ej.: grandes felinos cebados, palomas).
- **Para manejar poblaciones** (Ej.: disminución de capacidad de carga, como los Elefantes en algunos parques nacionales africanos).
- **Científica** (con fines museológicos, por ejemplo).
- **Comercial**, que es la acción lícita y racional de cazar animales silvestres por cualquier medio autorizado, respetando cuotas, zonas y temporadas habilitadas para cada especie con fines de lucro (Coypo, Zorros).
- **Deportiva**: Es similar a la definición mencionada anteriormente, pero con la salvedad de que la caza no persigue fines de lucro. Existe por un lado, la Caza Menor, que se lleva a cabo con fauna de menor porte, tamaño y en su mayoría autóctona; tales como palomas, patos, perdices, vizcachas, etc. Y por otro lado la Caza Mayor, que incluye especies de animales de mayor tamaño, tales como ciervos, jabalíes, búfalos, pumas, etc.; que pueden ser autóctonos o introducidos (en este último caso, se debe crear un coto de caza cerrado, para que dichos animales no huyan a otros territorios).

3.10 Sistema de turismo cinegético

El turismo cinegético es un segmento del mercado turístico que se ha atendido cotidianamente en algunas zonas del país. La importancia estratégica de este segmento se demarca tanto por las oportunidades que representa para el desarrollo regional, especialmente para las comunidades rurales y hábitat en que se desenvuelve, como por los riesgos que puede representar un mal manejo de la actividad.

La diversidad de actores con intereses heterogéneos que participan en la coordinación de los aspectos normativos y operativos, dificultan el aprovechamiento turístico de la actividad cinegética en Argentina. La actividad cinegética ha sido reconocida como una alternativa con amplio potencial para apoyar el desarrollo sustentable de ciertas regiones del país, por lo que actualmente se está comenzando a planificar y proyectar para incentivar y consolidar este tipo de turismo.

Lo que se debe tratar de lograr es maximizar sus efectos positivos, potenciando sus ventajas y minimizar los riesgos que constituye su desarrollo, a través de un programa integral que oriente a los diversos actores que están involucrados en su desempeño,

cada uno de los cuáles cumple un rol imprescindible dentro del desarrollo de esta actividad.

A la hora de tomar alguna decisión, de cualquier índole y característica, se debe considerar a cada uno de los integrantes de este gran sistema; ya que cada una de las partes que lo integran está en permanente relación y las mismas ejercen influencia unas sobre las otras.

Actores principales del Sistema Cinegético:

- ◆ Población residente
- ◆ Empresas prestadoras de servicios turísticos (transportación, gastronomía, alojamiento, aseguradoras, comercios en gral.)
- ◆ Turistas Provinciales, Nacionales y Extranjeros.
- ◆ Agrupaciones con fines ecológicos y de conservación
- ◆ Secretaría de Turismo de la Nación
- ◆ Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación
- ◆ Dirección de Fauna y Flora Silvestres de la Nación
- ◆ Registro Nacional de Armas (RENAR)
- ◆ Cámara Argentina de Caza y Pesca (CACyP)
- ◆ Dirección General Agropecuaria
- ◆ Policía de Seguridad Aeroportuaria (PSA):
- ◆ Aduanas
- ◆ Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA)
- ◆ Administración de Parques Nacionales
- ◆ Policía ambiental
- ◆ Agencia Córdoba Turismo
- ◆ Agencia Córdoba Ambiente
- ◆ Cámara de Turismo Cinegético de la Provincia de Córdoba
- ◆ Legítimo Usuario de Coto de Caza: Toda persona física o jurídica cuya actividad sea organizar, con o sin fines de lucro, cacerías con armas de fuego en un predio de su explotación susceptible de aprovechamiento cinegético.
- ◆ Propietarios de Estancias Rurales que se desarrollen este tipo de turismo.
- ◆ Legítimo Usuario Operador Cinegético. Toda persona física o jurídica que organice y coordine eventos de caza en lugares habilitados para tal fin, suministrando a los cazadores asistentes armas de fuego y/o municiones.
- ◆ Guías de Caza: Los legítimos usuarios que cuenten con su inscripción vigente como Guías de Caza o categoría equivalente y acrediten conocimientos y antecedentes en la actividad de tiro. También podrán inscribirse aquellos legítimos usuarios que posean permiso de caza vigente otorgado por la autoridad provincial competente y que aprueben el examen de idoneidad que establece la ley.

Marco metodológico

Para lograr evaluar la posibilidad de llevar a cabo la actividad turística cinegética sustentable en el sur de Córdoba y, a partir de esto, sentar las bases y herramientas para un futuro posicionamiento del destino, el siguiente trabajo se estructurará en base a los lineamientos propuestos por el Proyecto de Aplicación Profesional, realizando un análisis cualitativo de la información (Bigné, 2000)

Para recabar los datos para éste estudio se acudirá a fuentes primarias y secundarias de información e instrumentos de recolección que han sido seleccionados en esta investigación por su practicidad, sencillez y bajo costo. Los mismos fueron utilizados con personas seleccionadas a través del muestreo no probabilístico a juicio del entrevistador (Bigné, 2000).

Se detallan a continuación las fuentes e instrumentos de recolección:

- Bibliografía digital y material referida a los siguientes entes:

- Secretaría de Turismo de la Nación
- Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación
- Dirección de Fauna y Flora Silvestres de la Nación
- Registro Nacional de Armas (RENAR)
- Cámara Argentina de Caza y Pesca (CACyP)
- Dirección General Agropecuaria
- Policía de Seguridad Aeroportuaria (PSA):
- Fundación Vida Silvestre Argentina (FVSA)
- Agencia Córdoba Turismo
- Agencia Córdoba Ambiente
- Cámara de Turismo Cinegético de la Provincia de Córdoba

-Entrevistas semi-estructuradas:

Para alcanzar los objetivos pretendidos en el presente trabajo, se optará por entrevistar a informantes calificados tanto del sector público como del privado, relacionados a la temática en cuestión. Esta selección fue puntual en base a las necesidades específicas de información requerida.

Los cuestionarios que se enviaron vía e-mail, como así también los que se utilizaron en las entrevistas presenciales fueron acompañados de una carta de presentación que esbozaba una breve descripción de la investigación y de sus objetivos.

A continuación se mencionan los siguientes informantes calificados de las distintas instituciones a las que se les han tomado las entrevistas:

- Entrevista vía e-mail: a la Dra. María Amelia Chiofalo (ex encargada de la Secretaria de Ambiente de Córdoba durante el año 2008) a través de la Sra. Eliana

Ghiglione (integrante de la Agencia Córdoba Ambiente - sede Río Cuarto) (*Ver anexo n°6*) y al Sr. Ezequiel Gestal (integrante de la Agencia Córdoba Turismo - sede Río Cuarto) (*Ver anexo n°5*).

- Entrevista personal: al Sr. Javier de Souza (gerente del Establecimiento Don Santiago - Coto de Caza) (*Ver anexo n°3*); al Sr. Carlos Boniscontti (encargado del Club Náutico de Pescadores y Cazadores - Río Cuarto) (*Ver anexo n°2*) y al Sr. Gustavo (Guía de Caza del Sur de Córdoba) (*Ver anexo n°4*).

- *Ficha de Relevamiento Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales (propuesta por la Ley 3252, Res. 138/02, Rawson, año 2002 (Ver anexo n°1)).*

Se utilizó este instrumento para recabar datos específicamente de los alojamientos rurales de los departamentos en estudio que se encuentran en el sur de la provincia de Córdoba.

Una vez realizado el análisis de la información, se elaborará una descripción organizada y completa de las características y aspectos fundamentales referentes al objeto de estudio para esbozar finalmente un diagnóstico de la situación y respuesta a la pregunta del tema elegido, fundamento de esta investigación.

Marco Contextual

5.1 Ubicación y descripción de la zona de estudio

La provincia de Córdoba está situada en el corazón de la Argentina continental. Limita al norte con las provincias de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa Fe, al sur con Buenos Aires y La Pampa y al oeste con San Luis y La Rioja.

Cuenta a su vez con un aeropuerto Internacional, que opera con varias compañías aéreas entre ellas Lan Chile, Gol, Copa, Aerolíneas Argentinas, etc. Esto permite que la provincia se encuentre comunicada con varias regiones limítrofes e internacionales y a consecuencia de esto arriben turistas de todas partes del mundo.

El clima es templado, mediterráneo suave. La media anual es de 18°C., la invernal de 10°C y la estival de 28°C. En invierno, las heladas se producen durante pocos días y la nieve cae en las cumbres de las sierras; los días son frescos y soleados. En verano, los días son calurosos, pero las noches son frescas en las zonas de las sierras. Las estaciones intermedias (otoño y primavera) son ideales para la vida en contacto con la naturaleza, para recorrer, escalar y acampar.

La provincia tiene una población que supera los tres millones de habitantes, la mitad de los cuales vive en su ciudad capital. El habla provincial es el español con numerosas expresiones regionales. El habitante de hoy es el resultado de la fusión de los caracteres aborígenes -en su acento e insularidad-, con las inquietudes religiosas y culturales de los españoles y la laboriosidad del aporte inmigratorio. Ello se expresa permanentemente en sus actividades culturales, económicas y sociales.

Las actividades económicas más importantes son el agro y la industria (metalúrgica y alimenticia); la actividad turística moviliza más de 2,5 millones de turistas al año y es por eso una importante fuente de ingresos a la Provincia, aportando aprox. el 5% del Producto Bruto Interno Provincial. Para esta actividad, posee una interesante variedad de atractivos y servicios y aproximadamente 400 mil plazas instantáneas de alojamiento (entre hoteles, colonias de vacaciones, campamentos y viviendas de uso turístico). Ellas permiten al viajero elegir lo que desea, de acuerdo a su tiempo y dinero disponible.

Los municipios y comunas turísticas se agrupan por afinidad y proximidad en Áreas Turísticas. Según el Dto. 552/86, éstas pueden ser de permanencia (las que reciben personas que realizan como mínimo una pernoctación), o de visita (las que reciben visitantes que no pernoctan en el lugar). Desde el punto de vista turístico tienen mayor importancia las primeras, porque en ellas se asientan los turistas y realizan la mayor parte de sus actividades y gastos.

Las áreas turísticas que se mencionan a continuación involucran los departamentos objeto de abordaje de la presente tesis.

Las **Sierras del Sur**, situadas en la línea de encuentro de la montaña y la llanura, al este del cordón de Comechingones, presentan una fisonomía mixta, con arroyos entre piedras y tierras cultivadas. Teniendo en cuenta el orden de importancia, esta zona posee la segunda ciudad de la provincia: Río Cuarto, capaz de albergar eventos turísticos de magnitud, además de una franja de sierras con pequeños poblados turísticos a orillas de ríos y arroyos, y un área rural con interesantes posibilidades de integración al sector. En el pasado fue lugar de asentamiento de una importante comunidad indígena que ha dejado algunos testimonios; más tarde fue paso obligado en las comunicaciones hacia Cuyo; también gozó de una intensa actividad minera por los dones del interior de la sierra. Luego, la ruta nacional se trazó varios Km. hacia el este, produciendo el doble efecto del aislamiento y la conservación de testimonios culturales del pasado. En la actualidad, presenta una economía basada en la agricultura extensiva y una amplia gama de posibilidades de ejercicio del turismo, dentro de las actividades de bajo impacto ambiental.

Lagos, Fortines y Lagunas, esta región abarca un territorio al sur de la provincia con las Rutas Nacionales 7 y 8 como troncales y la red de caminos provinciales vinculando las diferentes ciudades de La Carlota, Gral. Levalle, Va. Huidobro, Del Campillo, Laboulaye y Jovita entre otras. En ella la llanura con su incommensurable espacio, los campos cultivados, las manchas arbóreas o los redondeados médanos juntos, a los lagos y lagunas, nos ofrecen paisajes de un atractivo particular. El turismo de aventura, el agroturismo, la caza o pesca deportivas, los safaris fotográficos, encuentran aquí lugares apropiados para desarrollar modalidades turísticas diferentes.

Departamentos del Sur de la Provincia de Córdoba

Para los fines catastrales el **Departamento de Río Cuarto** se divide en siete pedanías: Achiras, Cautiva, Las Peñas, Río Cuarto, San Bartolomé, Tegua y Tres de Febrero. La cabecera departamental es la ciudad de Río Cuarto. Cuenta con una superficie de 18.394 km² y su población según el Censo 2001 es de 229.728, con una densidad de 12,5 hab. /km². Después del departamento Capital, Río Cuarto es el más poblado del territorio cordobés. Según estimaciones del 2005 el departamento tenía 251.952 habitantes, lo que representaba el 7,49% del total provincial. Una de las características demográficas de esta unidad es la alta concentración de habitantes en el Gran Río Cuarto, es por esta razón que es el segundo centro urbano de la provincia de Córdoba.

Una ley provincial, sancionada en 23 de julio de 1888 durante el gobierno de José Echenique, permitió dividir a Río Cuarto en tres partes: General Roca, Juárez Celman y el propio y actual departamento Río Cuarto. Con una superficie de 18394 km², equivalente a un poco más del 11% del territorio provincial, este departamento es el de mayor extensión dentro de la geografía cordobesa. Su capital fue fundada el 11 de noviembre de 1786 por el progresista Marqués de Sobre Monte.

Este departamento es una de las economías más importantes de la provincia de Córdoba. La ciudad de Río Cuarto se constituye en el gran centro comercial e industrial del sur cordobés, cuya área de influencia se extiende más allá de los límites de la provincia. Resulta poco menos que imposible detallar los diversos establecimientos que

se levantan a lo largo y a lo ancho del departamento: canteras y aserraderos, molinos, establecimientos avícolas y diversas plantas lácteas que definen el perfil industrial y productivo de la región. El aporte de la producción del campo es altamente significativo en el contexto provincial. En cuanto a la ganadería, las principales existencias eran los bovinos, los ovinos, los porcinos y los equinos, entre otros. Entre los principales cultivos cabe mencionar el maíz, ya que posee el 24% de las áreas sembradas de la provincia, como así también la soja, el maní, el girasol, el trigo, centeno, la avena y la cebada. Esta importante producción granaria genera la necesidad del acopio, que se realiza básicamente en silos ubicados en cada una de las poblaciones de la llanura.

Se pueden mencionar las siguientes comunas: Chucul, Las Albahacas, Las Peñas Sud, Malena, Suco, Villa El Chacal, Washington, entre otras y las diversas Municipalidades, tales como, Achiras, Adelia María, Alcira, Alpa Corral, Berrotarán, Bulnes, Chajan, Coronel Baigorria, Coronel Moldes, Elena, La Cautiva, Las Acequias, Las Higueras, Las Vertientes, Monte De Los Gauchos, Río Cuarto, Sampacho, San Basilio, Santa Catalina, Tosquita y Vicuña Mackenna.

El *Departamento de General Roca* se divide en cinco pedanías: El Cuero, Italo, Jagüeles, Necochea y Sarmiento. Cuenta con una superficie de 12.659 km², y su población según el Censo 2001 es de 33.323 habitantes con una densidad de 2,6 hab. /km². Su cabecera es la ciudad de Villa Huidobro.

Según estimaciones del INDEC en el año 2005 tenía 36.553 habitantes. Entre 1947 y 1960, y al igual que otras unidades del sur cordobés, General Roca sufrió un gran movimiento emigratorio, con la pérdida de casi el 21% de su población. Este fenómeno fue coincidente con el inicio de un fuerte proceso de industrialización en el país y un sensible aumento de la población urbana en detrimento de la rural, especialmente en torno a las grandes ciudades como Córdoba, Rosario y Buenos Aires, como así también al traslado de los hijos de los inmigrantes hacia las universidades en busca de mejores horizontes, entre muchos otros factores. Las ocho localidades de más de mil habitantes que existen en el departamento agrupaban más del 84% de la población departamental.

General Roca es uno de los departamentos relativamente nuevos, ya que los territorios del sur provincial fueron conquistados y arrebatados del dominio de los indios ranqueles y pampas recién en las últimas décadas del siglo XIX.

Con sus casi 13 mil kilómetros cuadrados, este vasto departamento dominado por la llanura es propicio para el desarrollo de las actividades agrícola-ganaderas. El cultivo más representativo es el del girasol, concentrando más del 50% del total provincial. Asimismo, se ha incrementado notablemente la superficie sembrada de soja y maní, cultivo cuya frontera se ha extendido hacia el sur provincial en los últimos años, y son dignos de mención los cultivos de centeno y colza. Este importante volumen de producción de granos está asociado a una gran red de acopio en cada una de las poblaciones, siendo la mayor parte de los granos destinada al procesamiento y obtención de aceites. Otro pilar de la economía de esta zona es la ganadería. Los

principales rodeos son los vacunos, los ovinos y los equinos, entre otros. Son escasos los establecimientos industriales en la región.

Se pueden mencionar las siguientes comunas: Nicolás Bruzzzone, Onagoyti, Pincen, Ranqueles, Villa Sarmiento, y las diversas Municipalidades, tales como, Buchardo, Del Campillo, Huinca Renazco, Italo, Jovita, Mattaldi, Villa Huidobro y Villa Valeria.

La capital del *Departamento de Presidente Roque Sáenz Peña* es Laboulaye, éste se divide en cuatro pedanías: Amarga, Independencia, La Paz y San Martín. Su población es de 34.647 habitantes (Censo 2001), en una superficie de 8.228 km², con una densidad de 4,2 hab. /km². La población según estimaciones del INDEC en 2005 fue de 36.754 habitantes. Cuenta con las Comunas de Leguizamon, Río Bamba, y San Joaquín. Además las Municipalidades de General Levalle, La Cesira, Laboulaye, Melo, Rosales, Serrano, Villa, y Rossi.

El *Departamento de Juárez Celman* se divide en cuatro pedanías: Carlota, Carnerillo, Chucul y Reducción. Siendo la primera la cabecera oficial. Cuenta con una superficie de 8.902 km². Posee 55.348 habitantes (Censo del 2001) y una densidad de 6,2 hab. /km². Según el INDEC en 2005 tenía 58.887 habitantes, que representaban el 1,8% del total de los cordobeses.

Al igual que muchas jurisdicciones de la pampa cordobesa, éste departamento experimentó un retroceso durante el período 1947-1960, después de la gran afluencia de los inmigrantes. Este proceso está asociado básicamente al fuerte proceso industrial de las ciudades que necesitaban imperiosamente mano de obra, como así también la búsqueda de mejores horizontes educativos para los hijos de los inmigrantes, que partieron hacia las ciudades con universidades públicas y gratuitas.

Juárez Celman, al igual que los departamentos situados en la llanura pampeana, tiene su economía asociada a la producción del campo y a las industrias complementarias. Las existencias ganaderas alcanzan valores muy significativos en el contexto provincial. La agricultura es otro de los motores de la economía, basta con observar la participación del mismo en el contexto provincial para comprender el potencial de este sector. Además, este departamento aporta más del 45% del total provincial en la producción de maní, ya que en este departamento se encuentran las principales plantas de procesamiento. Otro de los puntales de la economía departamental es el complejo aceitero, que procesan una gran cantidad de toneladas de granos. La presencia de tambos y de establecimientos de procesamiento de leche es otra de las características de la economía departamental.

El departamento cuenta con los siguientes municipios: Alejandro Roca, Asunta, Bengolea, Carnerillo, General Cabrera, General Deheza, Huanchilla, La Carlota, Los Cisnes, Olaeta, Pacheco de Melo, Paso del Durazno, Reducción y Santa Eufemia.

Descripción geográfica de los Departamentos del Sur de Córdoba

A continuación se realizará una sintética descripción geográfica de los aspectos físicos de los Departamentos del Sur provincial: formas del relieve, clima, hidrografía, tipos de suelos, es decir, de las características del sustrato que ha condicionado y condicionan las actividades socio-culturales y económicas de población, más allá de las modificaciones que el hombre pueda realizar en su espacio natural.

Esta breve descripción tiene como finalidad brindar una base de datos y establecer relaciones comparativas de interés, con relación al área de influencia de la Ciudad de Río Cuarto, por ser ésta el principal centro urbano prestador de bienes y servicios, además de nudo de las comunicaciones regionales, con el propósito de realizar comparaciones de indicadores a nivel provincial y nacional, que sean de utilidad para la toma de decisiones en el ámbito público y privado.

Cabe aclarar que la actividad económica de los individuos se desenvuelve y potencia a través de los intercambios entre residentes de distintos espacios neoeconómicos y que la desigual distribución de recursos naturales y las distintas condiciones ecológicas y climáticas han generado y producen diferencias entre las economías regionales, con niveles de desarrollo especialmente heterogéneos.

Las formas del relieve, las características climáticas e hidrográficas de la región del sur de la Provincia de Córdoba, como características ambientales, no son determinantes, pero tienen notable influencia en sus asentamientos poblacionales y en las actividades económicas que se emprenden en su espacio.

El área geográfica compuesta por los cuatro Departamentos: Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca se trata de una zona ubicada en llanuras de muy bajas pendientes. Como consecuencia de ello, en la porción sur de la región se destacan numerosos bañados y lagunas formados por los abundantes cursos temporarios que no logran formar redes hídricas jerarquizadas.

En función de lo expuesto, cabe señalar que este espacio geográfico presenta serios problemas de erosión hídrica, a los que se agregan otros de naturaleza eólica. Las geoformas del relieve de los Departamentos del Sur de la Provincia de Córdoba son el producto de una larga evolución que abarca unos 650 millones de años. En el modelado del mismo han participado, fundamentalmente, procesos de origen tectónicos, sedimentarios, volcánicos y climáticos, que definieron la superficie actual.

Las geoformas de relieve dominante en la región son las planicies. Estas son superficies, esencialmente planas, que ocupan la mayor parte de la Provincia, con suaves pendientes del terreno. Su morfología y distribución son consecuencia de la formación del macizo serrano que divide a la planicie en dos unidades geomorfológicas diferentes. En ellas los procesos tectónicos hundieron el zócalo a diversas profundidades, generando cuencas sedimentarias, donde se han acumulado gruesas capas de sedimentos por movimientos de gravedad, carreo fluvial y por acción eólica.

Presentan mayor altura y pendiente cerca del pie de monte. Poseen suaves ondulaciones que contrastan con el relieve serrano. Los procesos eólicos y fluviales serían el origen de las ondulaciones en la llanura, en cambio, en las cercanías del pie de monte, las ondulaciones se deberían principalmente a las irregularidades del basamento de la antigua penillanura.

En ellas la formación del relieve es el resultado de procesos climáticos y de la uniformidad del material sedimentario constituido por depósitos eólicos y palustres que se destacan en su morfología. La poca pendiente se refleja en el estancamiento de las aguas en lagunas y zonas anegadizas. Las podemos clasificar en Orientales, situadas al Este y Sur, que corresponden a la región analizada, y en Occidentales, ubicadas al Norte y Oeste.

Los Departamentos de Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y Gral. Roca, presentan, en línea generales, las características climáticas propias de la Provincia de Córdoba. Se trata, específicamente, de un clima templado. La temperatura del mes más caliente es superior a 22°C (veranos muy calurosos). Frío en invierno, con temperatura media menor a 18°C. Precipitación escasa en invierno, con una media anual 600 mm., que permite el cultivo de carácter extensivo en ciertas épocas del año. Desde el punto de vista dinámico, el clima de Córdoba es típico de la zona templada, con caracteres específicos de una provincia mediterránea. Es de una gran uniformidad térmica, con un período de lluvias que se extiende de octubre a marzo y otro seco, entre abril y septiembre. El verano se presenta cálido y con aumento en la humedad relativa, mientras que el invierno es seco y no muy riguroso, aunque un poco más acentuado en las Sierras y el extremo Sur de la provincia. En otoño y primavera, en general, se presenta buen tiempo, con marcada amplitud térmica, lo que produce una sensación agradable durante el día, pero con frío en las noches y primeras horas de la mañana.

Los vientos preponderantes son del sector Norte, Nordeste y Sur, siendo agosto y los meses de primavera el período de mayor actividad eólica. Bastante similar, pero más frío es el clima de la región serrana, existiendo, en la misma, diferencias en función de la altitud, especialmente, entre las Sierras Grandes y las Sierras Chicas. El clima estimulante de la Provincia de Córdoba se debe a la frecuencia de los cambios de tiempo, que obedecen a la acción de las masas de aire y sus combinaciones con las líneas generales de las formas del relieve.

En lo que respecta a su hidrografía, los departamentos sureños presentan importantes cuencas, la del Río Cuarto o Chocancharagua y la del Río Quinto o Popopis.

El Río Cuarto forma parte de la cuenca del Río de la Plata, a través del Río Carcaraña, que descarga sus aguas en el Río Paraná y este lo hace en el Río de la Plata, constituyéndose así el Río Cuarto, junto al Río Tercero, como los únicos de la Provincia de Córdoba que forman parte de una cuenca exorreica. El Río Cuarto tiene sus nacientes en el extremo sur de las Sierras de Comechingones y recoge las aguas del área comprendida entre los Cerros Agua de Oro y Negro. Se origina por la unión de los

Ríos de las Tapias y Piedra Blanca. Su curso tiene un recorrido hacia el este que cambia al sudeste luego de la confluencia con el Río San Bartolomé; más adelante se le une el Río de las Barrancas, que drena el sector norte de la cuenca en la región de Alpa Corral. El Río Cuarto, ya en plena planicie, cruza la ciudad homónima con un cauce amplio, barrancas y con rumbo levemente sudeste, que después de la ciudad de la Carlota cambiará hacia el nordeste para perderse en los bañados y esteros del Río Saladillo, en plena llanura anegadiza. A partir de los bañados y esteros nace el Río Saladillo, con pequeñas barrancas en las márgenes y éste se continúa hasta la unión con el Río Tercero o Ctlamochita, originando el Río Carcarañá.

Las nacientes del Río Quinto se encuentran en las Sierras de San Luís y se origina por la unión de los Río Grande y Trapiche. Con un recorrido general de rumbo S-E pasa al Sur de la ciudad de Villa Mercedes y al Sur de la localidad de Justo Darac, ingresando en la provincia de Córdoba. Este Río recorre el Sur de la Provincia (planicie medanosa), pasa por el Norte de la localidad de Sarmiento y buscando terrenos más bajos, llega a los bañados de la Amarga, en épocas de grandes crecidas los supera y penetra en las Provincias de La Pampa y Buenos Aires. En esta región, el Río Quinto posee las características de los ríos de llanuras, formando esteros, cañadas, bañados e inundando los terrenos bajos.

La red hidrográfica sureña cuenta con numerosos arroyos y lagunas. En la vertiente oriental de las Sierras de las Peñas nace el arroyo homónimo y al Sur de ésta se forman los siguientes arroyos: Tegua, Carnerillo (que permutará su nombre a Arroyo Chazón), Chucul (que drena sus aguas en la Laguna la Felipa).

Al sur de la cuenca del Río Cuarto existen una serie de arroyos que colectan las aguas de las últimas estribaciones de las Sierras de Comechingones, como: Santa Catalina, Las Lajas, Chañaditos o Arroyo del Gato, Sampacho, Las Cortaderas, Chaján.

La formación de lagunas en toda la región es una constante, algunas son de carácter permanentes y otras temporarias, consecuencia directa de la escasa pendiente del terreno.

Análisis

6.1 Análisis del Entorno

6.1.1 Aspectos Socioeconómicos

En primer lugar se debe realizar un análisis del marco internacional y nacional, para determinar aquellos factores que influirán específicamente en el ámbito cinegético.

En principio se debe tener en cuenta el actual impacto de la crisis financiera en los países centrales y su efecto sobre la economía real de esos países y sobre la economía mundial; EE.UU., la Comunidad Económica Europea y Japón significan más de la mitad de lo que se produce en el mundo, Argentina solo representa el 0,4% del PBI del

planeta. A lo que debe sumarse la interrelación financiera, de deuda, comerciales, de asociación de capitales, etc. que existe, en mayor o menor medida, entre los distintos agentes económicos del mundo, independientemente de su nacionalidad y donde operen, con sus consabidos efectos sobre los precios y las cantidades.

La valorización del dólar va acompañada por una persistente fuga de capitales que se convierte en esa divisa y en títulos del Tesoro estadounidense. En nuestro país, la estimación oficial hace ascender a u\$s 7.776 Millones la fuga de capitales hasta fines del año pasado.

La crisis financiera impacta en nuestro país propiciando que los sectores más favorecidos dejen de invertir y fuguen capitales al exterior, con su correlato en el nivel de producción y actividad. En ese marco el gobierno hace aprobar las leyes de blanqueo de capitales, previsional y laboral. Son medidas de emergencia y que se contraponen con la disciplina fiscal que este gobierno priorizó.

El Estado tiene como función indelegable propender al crecimiento económico y social, razón por la que debe combinar las medidas que propicien el aumento de la inversión con medidas de redistribución del ingreso. Por eso se entienden las medidas de emergencia reseñadas para apuntalar la inversión privada, y más se entienden el financiamiento a una inversión pública que se acrecienta a unos u\$s 15.000 Millones para el año 2009, más medidas de apuntalamiento al consumo.

Paralelamente existe otro dato de la realidad, que es la que el gobierno nacional, en el marco de la crisis financiera internacional con epicentro en los EE.UU., le cuesta mucho financiarse en el mercado voluntario de capitales del mundo. Solo podría hacerlo convalidando y abonando altas tasas de interés.

Nuestro país en el año 2008 operó con superávit fiscal (en torno a los U\$s 8.400 Millones, un 3% del PBI) y comercial (de unos U\$s 12.500 Millones, 4,5% del PBI). Proyecta para el año 2009, en vista de la caída de los precios de los commodities, que el superávit fiscal superará el 2,5 % del PBI y el superávit comercial será de unos u\$s 8.000 Millones, con exportaciones por U\$s 65.000 Millones (un 8 % menos que la del año 2008).

Si bien el precio de los commodities bajaron abruptamente desde el segundo semestre del año 2008, la soja y sus derivados, nuestro principal renglón exportador, tiene asegurada la demanda por el constante crecimiento de China e India, fundamentalmente, de allí que la cosecha 2008/09 será record de unas 50 Millones de toneladas de ese grano, con una superficie sembrada de 18,6 millones de hectáreas (el 59% de la tierra cultivable del país).

El total de producción de cereales y oleaginosas se calcula en 95 millones de toneladas. La mayor baja del precio del maíz y del trigo, que del precio de la soja, por un lado, y el hecho de que la población argentina consume cereales, hace que el gobierno reduzca en esos productos en 5 puntos el derecho de exportación, conformando una tasa de retención del 23% para el trigo y el maíz, a la vez que

instrumenta un Plan de Maíz Plus y Trigo Plus que va a seguir reduciendo la alícuota, dividiéndolos en pequeños, medianos y grandes productores, siempre y cuando la producción supere las 13 y 15 millones de toneladas respectivamente, en la cosecha del año 2009. Mientras tanto mantiene la tasa de retención en un 35% para la soja, como clara señal a los productores rurales en su cálculo económico, para impulsarlos a producir los bienes que se consumen en la Argentina.

En síntesis, la crisis económica internacional limita la economía del país, la fuga de capitales, el freno en la inversión y en el nivel de actividad, incremento de despidos, etc., demuestran que las perspectivas son de menor crecimiento para el año 2009. Teniendo en cuenta que en los últimos cinco años se venía creciendo a una tasa del 8,5% promedio (en el año 2007 el incremento del PBI fue del 8,7%), que se estima que el año 2008 cerró con una tasa cercana al 7% , la proyección por el efecto arrastre, las medidas anti cíclicas del gobierno, y el mantenimiento del precio promedio de los commodities (que en el caso de la soja es superior a los precios del año 2007), le permiten proyectar al gobierno nacional, por ejemplo como lo hace el Programa Monetario del BCRA 2009, una tasa de crecimiento del PBI en torno al 4 % para el presente año, con su efecto sobre el empleo y sobre todo en los sectores más pobres de nuestra sociedad, revirtiendo parcialmente lo que se había logrado. ⁵

Impacto socioeconómico del turismo cinegético

El turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas, y en forma directa sobre la Balanza Comercial de los países que reciben viajeros del exterior. Así también, la industria turística requiere de un alto contenido de mano de obra por lo cual genera una gran cantidad de empleos, tanto directa como indirectamente. Todo ello contribuye a un crecimiento en la captación de impuestos que redundan en beneficios para la actividad gubernamental.

A nivel mundial el extraordinario crecimiento del turismo se ha concertado tanto en el aumento en el número de turistas como en los ingresos por el turismo. El turismo como fenómeno de masas empezó en la década del cincuenta, observándose en esta década y en la de los sesenta las tasas de crecimiento más elevadas. En la evolución reciente del turismo mundial debe destacarse el fuerte crecimiento observado en la segunda mitad de la década los ochentas, momento que puede ser considerado como el boom turístico al amparo del tirón del ciclo económico. Así de los 25 millones de turista en 1950 se ha llegado a los 400 millones de turistas en 2003. Y para el período 2000-2010 las previsiones de crecimiento señalan que continuará creciendo al 3.6% anual.

Una característica común en casi la totalidad de las economías es la participación creciente del sector servicios en el Producto Bruto, y en muchas de ellas la del sector

⁵ Balance 2008 y perspectiva 2009 para la economía argentina, autor Horacio Rovelli, 09-01-2009. Art. Publicado en www.elargentino.com

turístico. En nuestro país el sector servicios representa el 56% del PBI y es el resultado de la expansión industrial de posguerra donde durante las dos o tres décadas siguientes la expansión de las actividades de servicios estuvo ligada a la expansión industrial, es decir se expandieron los servicios de transportes, seguros, etc. La mejora en los niveles de ingreso repercutió luego en mayores requerimientos de servicios, mayor actividad comercial, turismo, etc.

La importancia creciente del turismo ha dado lugar al desarrollo de metodologías especiales para el cálculo o medición de su producto bruto.

Existen dificultades para medir la contribución del turismo al PBI derivada de la complicación de separar la actividad turística del resto, dada la transversalidad del sector.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo emplea a 255 millones de trabajadores en todo el mundo, es decir a uno de cada nueve trabajadores y genera cerca del 10,7% del PNB mundial. Y estima que para el año 2010 se llegará a mil millones de turistas internacionales y unos ingresos de 1.550 miles de millones de dólares, cifra esta última, que implica una tasa de crecimiento el doble de la observada del Producto Bruto Mundial de los últimos 11 años previos, y superior a la observada para el comercio mundial.

En la Argentina la oferta del sector turismo se encuentra concentrada en la región Centro; la que se caracteriza por tener las principales ciudades generadoras de demanda (Origen) y los principales destinos turísticos.

Es también la que recibe la mayor parte del turismo extranjero. En términos absolutos esta Región es la más importante desde el punto de vista del sector.

En relación con el Turismo Cinegético afirmamos que es un segmento de mercado turístico que se ha atendido cotidianamente en algunas zonas del país y provincia. La importancia estratégica de este segmento se demarca tanto por las oportunidades que representa para el desarrollo regional especialmente para las comunidades rurales, como por los riesgos que puede representar un mal manejo de la actividad.

El turismo cinegético es, mayoritariamente, una actividad receptiva de ciudadanos extranjeros, lo que equivale decir que es una fuente importante de generación de divisas para el país.

En los últimos cinco años, la Argentina en general, y en Córdoba en particular se ha transformado en una suerte de destino por excelencia dentro del exigente mercado mundial de cazadores.

Es de destacar que las divisas generadas por la actividad cinegética son superiores a las divisas generadas por las exportaciones de carne de la provincia. Asimismo, las divisas de la actividad cinegética son equivalentes al 40% de las divisas generadas por las exportaciones lácteas y un 45% superior a las divisas generadas por la miel. Estas

dos últimas actividades se desarrollan en los departamentos donde se practica la caza de la paloma.

Desde una perspectiva macroeconómica, la actividad cinegética de la caza de la paloma equivale al 0,52% y 0,8% del producto bruto del sector industrial y agropecuario respectivamente de la Provincia de Córdoba. Además el turismo cinegético emplea unas 850 personas en forma directa con salarios netos promedio de \$800 mensuales. Su valor bruto de producción para el año 2004 fue de 70,56 millones de pesos.

El ingreso anual de los empleados de la actividad cinegética ronda los \$10.000 al año cuando los ingresos per capita del departamento Totoral es de \$5.700, y en Sobremonte es de \$4.100. Las divisas generadas por la actividad cinegética en el año 2004 fueron 28,6 millones de dólares.

La producción de olivo tanto con destino a conserva como aceite genera un nivel de actividad equivalente al 6% del turismo cinegético. Las divisas aportadas por el turismo cinegético son el doble de las aportadas por la exportación de fibras de algodón en nuestro país y 10 veces superiores a las aportadas por la provincia en este rubro. La actividad caprina, importante para la zona norte de nuestra provincia, genera un valor bruto de producción equivalente al 42% del generado por el turismo cinegético de la caza de la paloma y por otro lado la producción del olivo genera un nivel de actividad equivalente al 6% del turismo cinegético.⁶

Consecuencias de la crisis económica en el sector cinegético

En referencia al sector específicamente de turismo cinegético la debacle económica mundial repercute notablemente. Se ha alegado una disminución de alrededor de un 40 por ciento de este tipo de turismo, y una perspectiva a futuro aún más preocupante. Octavio Cresto (titular de la Cámara de Turismo Cinegética de Córdoba) argumenta que la gran mayoría de los cazadores de palomas que recibe la provincia de Córdoba proviene de Estados Unidos (alrededor de un 80 por ciento), y de Europa (el 20 por ciento restante), donde la recesión económica fue sustancial. Estas personas no están acostumbradas a las crisis, y por lo tanto no planifican un viaje en medio de tanta incertidumbre.

Pablo Valebella (asesor de la Cámara) establece que a lo anteriormente mencionado, se le suma el hecho de que cada vez la competencia en el rubro es mayor, tanto dentro como fuera del país. Quienes se dedican a este negocio protestan porque países como Bolivia, Uruguay y Paraguay están atrayendo a gran parte de los cazadores, aunque admiten que algunas provincias argentinas, como Santiago del Estero, no se quedan atrás. Esto ocurre porque los costos que deben afrontar en estos lugares son mucho más bajos que en Córdoba. En Bolivia y Paraguay las tasas de viaje y por ingreso de

⁶ Fundamentos del Proyecto de Reforma de La Ley 20.429, por F. Montoya y M. Bosa, Diputados de la Nación. Publicado en Noviembre del 2005.

armas son mucho más bajas y en Santiago del Estero se abonan permisos de caza de menor costo.

La Secretaría de Ambiente de Córdoba, que regula la actividad en la provincia, cobra una suma de 190 pesos por día por palomero, además de tres mil pesos a cada empresario a principio de año, para registrar sus campos de caza. A esto hay que sumarle los 29 dólares de tasa de aeropuerto, y 300 dólares por arma (la mayoría trae al menos dos) que abona cada palomero al ingresar al país. Los empresarios manifiestan que con estos costos es muy difícil atraer al turista.

Los empresarios privados le cuestionan a la Cámara de Turismo Cinegético, que le sacan dinero y no le otorgan el apoyo que necesitan en todos los aspectos. También hacen hincapié en la falta de compromiso de la Secretaría de Ambiente con el negocio cinegético.

Sin embargo, en la Secretaría minimizan la situación y alegan que están trabajando a la par de los empresarios del sector para revertir la situación. La misma reconoce que esta actividad es muy importante para las regiones involucradas, ya que significa una fuente de trabajo indispensable, y por tanto se tiene interés como ellos de conservarla.

El turismo cinegético es el principal sustento de muchas localidades del norte y este de la Provincia, y su disminución ya comenzó a sentirse. Jaqueline Arizaga (integrante del grupo Córdoba Norteña, que nuclea unas 15 localidades de la zona) manifiesta que se comenzó a notar la disminución de cazadores, y que esto es sumamente preocupante ya que la mayoría de la gente de la región trabaja gracias a ellos.

Por el momento, los empresarios están trabajando con reservas del año pasado (aunque indican que muchas están siendo canceladas y con muy poca anticipación), mientras buscan una solución a la situación.

Una de las soluciones que manejan en la Cámara es la de destinar los hoteles y cascos de estancias, que actualmente alojan a los cazadores, para hacer “turismo de estancias”, y de esta manera, alojar a todo tipo de turistas. Mientras tanto, señalan que intentarán mantener los alrededor de 800 puestos de trabajo involucrados en la actividad.⁷

6.1.2 Marco Ambiental

Turismo Cinegético Sustentable

⁷ “La crisis también le pega al turismo palomero” Artículo publicado por el diario La Voz del Interior, Córdoba, Martes 10 de marzo de 2009. Sección Sociedad. Autor anónimo.

Se debe analizar si realmente es posible llevar a cabo el desarrollo del turismo cinegético de manera sustentable, ya que al hablar de esta cuestión se ponen en énfasis varias posiciones, algunas en contra y muchas otras a favor.

En el mundo y en nuestro país, hay muchas personas preocupadas por la problemática ambiental que no aceptan la caza en ninguna de las modalidades existentes y bajo ninguna condición (aunque se trate de especies perjudiciales, fuera de peligro, invasoras o introducidas).

La Fundación de Vida Silvestre de Argentina (FVSA) sostiene que se debe distinguir entre el análisis técnico del tema y las posturas personales al respecto. La fijación de cupos técnicos de caza o pesca, deberían surgir de: un conocimiento básico de la biología de las especies bajo uso (reproducción, nutrición, sanidad, etc.), censos poblacionales periódicos, tasas de natalidad y mortandad, migraciones, evaluación de los problemas de conservación de la especie y su hábitat, etc. No obstante es oportuno destacar que aunque técnicamente sea correcto cazar o pescar a una especie determinada, personalmente uno puede abstenerse de hacerlo. Esto no implica que hacerlo sea falta de ética. Dicho de otra forma, una especie permitida puede ser cazada o pescada, pero no todas las personas están obligadas a ir tras ella. En cambio, los cazadores o pescadores deben cazar sólo las especies permitidas y no otras, de lo contrario esto resultaría falta de ética. En otras palabras, se debe tomar lo que se debe y no lo que se quiere.

Algunos animales silvestres por su abundancia o saludable estado de conservación pueden ser aprovechados (vivos o muertos), sin que sus poblaciones corran peligro de extinción. En ese sentido su manejo no presenta mayores conflictos éticos que los del manejo de los animales domésticos.

Sólo para dar algunos ejemplos, podemos citar que hoy, en nuestro país, se cazan Tarucas en las Sierras de Ambato (Catamarca), Venados de las Pampas en la Bahía de Samborombón (Bs.As.) y norte de Corrientes, Ciervos de los Pantanos en el Iberá (Corrientes) y en el Delta Bonaerense, y Huemules en el Cerro Ventisquero (Río Negro). Todos estos ciervos autóctonos se encuentran amenazados de extinción y están protegidos legalmente a nivel provincial, nacional e internacional. Incluso, algunos de ellos fueron declarados en la máxima categoría de protección legal: "Monumento Natural", en una o más provincias y hasta a nivel nacional (como en el caso de la Taruca y el Huemul).

La Argentina constituye un polo de atracción para cazadores del extranjero, que acuden por la llamativa "generosidad" de las normas que regulan la caza de algunas especies. Asistidos por empresas y guías locales, cazan especies permitidas pero en cantidades sorprendentes, amparados por cupos de dudoso sustento técnico. No se duda que a estas personas jamás se les estaría permitido cazar Gansos o Patos en sus respectivos países de origen con la misma libertad con que lo hacen con las Avutardas en Trevelín (Chubut) o con los Patos Crestudos, Picazos o Sirirís de Corrientes y Santa Fe. Esto puede constituir un riesgo no sólo para las especies involucradas sino también para los beneficios económicos que genere la afluencia de este turismo cinegético. Se

habla de una globalidad ambiental, tomando a la Tierra como una gran nación y en ese contexto sería deseable esperar un comportamiento ejemplar del cazador extranjero, extremando sus responsabilidades y sentido de conciencia global.

Algunos cazadores argentinos y extranjeros cazan ilegalmente. Cazadores, agencias y clubes de caza honestos y con tradición conocen los nombres de los protagonistas de este furtivismo. Se necesita de la urgente participación de esos cazadores responsables, para que propicien un sinceramiento de la actividad, desechando cupos "políticos" o "a dedo" e impulsando cupos técnicos, basados en criterios biológicos-científicos.

El otorgamiento de licencias de caza o pesca deben restringirse a aquellas personas que sepan reconocer a las especies permitidas y estén al tanto de su estatus de conservación, que demuestren conocimientos básicos de su biología y las leyes vigentes. Esto debería aplicarse también a los guías. Los cazadores y pescadores de la Argentina deberían apoyar la conservación de las especies. Porque estas actividades pueden resultar positivas, si se desarrollan dentro del marco de sustentabilidad.

En este sentido, llevar a cabo la práctica de caza sustentable, supondría una actividad encuadrada dentro de la ley, y por ende se podría desarrollar adecuadamente, donde se aprovecharían responsablemente las especies permitidas, se minimizarían los riesgos de accidentes, se jerarquizaría el valor económico de la fauna y de las áreas naturales, se generarían recursos legítimos, se fortalecería la caza, tranquilizaría a los cazadores conservacionistas, y otorgaría prestigio no solo a quien la practica, sino también al país y a sus autoridades, pero lo más importante es que beneficiaría a la naturaleza y a la sociedad.

La Argentina necesita de nuevas actitudes, alianzas fuertes entre cazadores, pescadores y conservacionistas, particularmente para defender los recursos naturales y también para recuperar las poblaciones de aquellas especies que se encuentran amenazadas y que fueron objeto de su presión. Sólo así, la caza y la pesca podrán continuar desarrollándose, con la credibilidad, el apoyo técnico y moral que necesitan.

Se debe tener muy presente que llevar a cabo la caza furtiva, en primera instancia, provoca la violación de las leyes, genera adversidad popular contra la caza, perjudica a los cazadores honestos, desprestigia al país y a sus autoridades, sobreexplota a las especies permitidas y vulnera a las amenazadas, aumenta los riesgos de accidentes, es decir que se aparta totalmente del uso sustentable de la actividad y genera consecuencias negativas en la naturaleza y la sociedad.

Especies amenazadas en la Argentina

En nuestro país se conocen unas 2.500 especies de peces, anfibios, reptiles, aves y mamíferos, además de unas 9.000 de plantas. Más de 500 especies de animales y unas 250 de plantas están amenazadas de extinción.

No todas las especies "amenazadas" de extinción se encuentran en la misma situación. Hay algunas más próximas a desaparecer que otras. En esto influyen algunos de estos factores:

- La rareza natural (hay animales que siempre fueron escasos, mientras que otros se han enrarecido por la caza, por ejemplo).
- La amplitud de su distribución geográfica (cuanto más grande y más tipos diferentes de ecosistemas abarque, más se favorece).
- La habilidad para desplazarse o huir (no es lo mismo una rana que un águila).
- Su grado de especialización (un animal que come un solo tipo de alimento es más vulnerable que otro cuya dieta es mas variada).
- El grado de amenazas que sufre su hábitat (actualmente para las especies les conviene vivir más en las altas cumbres de los Andes que prácticamente no se encuentran modificadas que en la selva misionera, uno de los ambientes más alterados de la Argentina).
- El lugar que ocupa en la cadena o pirámide alimenticia (un "puesto" elevado - como el de los predadores carnívoros- usualmente tiene menor número de individuos que los de los "puestos" más bajos, como el de los herbívoros).
- La longevidad (los animales o plantas que viven muchos años son menos vulnerables y tienen posibilidades de dejar mayor descendencia que los que viven poco tiempo).
- El grado en que se ven afectadas por la actividad humana (caza, contaminación, deforestación, incendios).

Cabe aclarar que una especie que viva en una superficie pequeña, de un ecosistema amenazado, con pocas posibilidades físicas de huir, que es un predador altamente especializado, que vive pocos años y se encuentra afectada por la caza furtiva tiene muy pocas posibilidades de sobrevivir en el futuro.

De acuerdo a cuán cerca esté de la extinción, la UICN (Unión Mundial para la conservación de la naturaleza) y el WWF (Fondo mundial para la naturaleza) clasifican a las especies de mayor riesgo a menor en: "extinto", "extinto en estado silvestre", "en peligro crítico", "en peligro", "vulnerable" (estas tres últimas se dice genéricamente que están "amenazadas" de extinción) y luego viene un grupo de "Menor Riesgo": las especies "dependientes de la conservación", "casi amenazadas" y de "preocupación menor".

Los resultados de esta clasificación cambian a medida que los especialistas se ponen de acuerdo y se actualizan regularmente. Finalmente son publicados en un "Libro rojo de las especies en peligro" donde se describe la situación de cada animal o planta tratado. También es importante que cada país realice su propia lista de especies en peligro. Ya que una misma especie considerada en la categoría "En peligro crítico" en la Argentina, puede estar con una "preocupación menor" en el Paraguay o en el Brasil, por ejemplo.

Los animales o plantas que no están inmediatamente "amenazados" y cuya situación se sabe buena, sin riesgo de extinción alguna son los que están "fuera de peligro".

Balas de plomo y sus consecuencias

Cabe destacar que este fenómeno de turismo cinegético trae aparejado una problemática ambiental que es inadmisible dejarla al margen, la misma se trata de la contaminación de plomo, debido a las balas que son disparadas por estos turistas. Como consecuencia surge un fuerte debate con respecto a la forma que se desarrolla este tipo de actividad, en donde se presenta el conflicto entre la actividad privada (propietarios de los cotos de caza y operadores cinegéticos) frente a la conservación del medio ambiente y a la salud de la propia comunidad residente.

La Cámara de Turismo Cinegético de Córdoba advierte que sólo a esta provincia arriban alrededor de 8.000 mil cazadores a practicar la caza de la paloma torcaza o dorada por año. A su vez, la mayor disponibilidad de alimento por el crecimiento de las áreas cultivadas y el desmonte que hace desaparecer los bosques naturales han aumentado la cantidad de palomas, al punto de que son consideradas una plaga. Por un lado esta abundancia atrae a turistas, su afluencia se debe también a la falta de controles que reviste hoy esta actividad en la Argentina y que está provocando efectos ambientales inesperados.

La Cátedra de Química General (Facultad de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales de la Universidad Nacional de Córdoba) detectó en el noroeste de la provincia de Córdoba valores excepcionalmente altos de plomo en el aire. Un dato que llamó la atención, ya que en esta región no existe ninguna industria o fundición que pudiera justificar esa emisión de plomo. A partir de esto se infirió que estos valores pueden estar relacionados con la caza deportiva de la provincia.

La caza con municiones de plomo es una práctica que se lleva a cabo en todo el territorio. Se calcula que los cazadores, sólo de palomas, disparan entre 1000 y 1500 cartuchos por día. Cada excursión de caza es de alrededor de 3 días. Si se tiene en cuenta que cada cartucho contiene 26 gramos de plomo, sólo en la provincia de Córdoba son depositadas en el ambiente, por año serían unas 936 toneladas.

En los últimos diez años habría alrededor de 9000 toneladas de plomo en los ecosistemas de la provincia de Córdoba, sin que esté previsto ningún mecanismo de mitigación ni de administración de los residuos que permanecen en el suelo.

El plomo, considerado dentro de los metales pesados, es un elemento de alta toxicidad para los organismos vivos, y en especial para el hombre. La gravedad radica en que una vez que el plomo está en el suelo y entra en contacto con el aire y con el agua, sufre un proceso de oxidación que lo torna biodisponible, es decir que penetra con gran facilidad en los organismos vivos. El plomo en este estado es fácilmente transportable por el agua y el aire contaminando los suelos, cursos de agua y el aire que respiramos. Los efectos en la salud pueden ser variados: alteración sobre el sistema nervioso, que podrá manifestarse a través de problemas de conducta, audición y aprendizaje, hasta llegar a secuelas más graves como el retraso mental en el caso de los niños por estar en un período de desarrollo. También puede tener efectos en los huesos, el metal reemplaza al calcio, (el organismo confunde el plomo con calcio, en la

sangre, inhibiendo la producción de hemoglobina, dañando su capacidad de portar oxígeno). Otros efectos son, dificultades en el embarazo, problemas reproductivos, desórdenes neurológicos y disfunciones renales, entre otras anomalías.

La intoxicación por plomo puede ser una enfermedad silenciosa y progresiva, difícil de detectar, de allí la importancia de trabajar en la prevención. Su peligrosidad radica primordialmente en que su toxicidad perdura por extensos períodos de tiempo en el ambiente. Un sitio contaminado por plomo es casi imposible de descontaminar, es un proceso complicado y los costos que implica son excesivamente altos, sobre todo en las zonas donde se lleva a cabo la caza en la cual se ven afectadas miles de hectáreas de campo.

La actividad agrícola-ganadera también sufre los efectos del ejercicio de esta actividad sin control: las raíces absorben el plomo que ha penetrado en la tierra, y esta situación puede derivar en la contaminación de los alimentos. Alertados, países integrantes de la Unión Europea realizan análisis químicos de rutina para detectar sustancias tóxicas como el plomo en los granos y en los animales que importan.

Podemos concluir que la magnitud que ha tomado esta actividad en nuestro país provoca grandes perjuicios no sólo por sus efectos en la salud de la población sino también por el impacto en el ambiente: la contaminación del aire, suelo y agua como así también de animales silvestres por ingesta de plomo.

Regulaciones para evitar la contaminación del Plomo

Las consecuencias negativas podrían ser mitigadas si se reemplazan las municiones que contienen plomo por otras que contengan aleaciones no contaminantes. Diversos países ya han tomado medidas similares como es el caso de España, que a través del real decreto 581/2001 prohibió la tenencia y uso de municiones que contengan plomo durante el ejercicio de la caza y tiro deportivo en humedales y de EEUU, que prohibió en 1991 el plomo en la caza de pájaros acuáticos y desarrolló un programa de concientización e información a cazadores sobre la utilización de municiones no tóxicas.

Dinamarca y Holanda consideran el plomo tóxico en todas las circunstancias y así lo tienen reglamentado. Uruguay estableció en la ley N° 17.778 sobre contaminación por plomo un régimen amplio de prohibiciones y regulaciones sobre la utilización del plomo (naftas, pinturas juguetes etc.) entre sus artículos prohíbe arrojar o depositar cualquier tipo de residuos que contengan plomo por encima de los valores que fija la reglamentación de la ley.

También la ONU a través del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) han manifestado que: "El plomo, metal pesado procedente de actividades humanas contamina el medio ambiente y envenena a los niños cuando su presencia supera con creces los niveles naturales".

Por su lado, nuestro ordenamiento jurídico introduce los derechos ambientales, en ocasión de la Reforma Constitucional de 1994, en el artículo 41, donde se establece el derecho de que "Todos los habitantes a gozar de un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas que satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; como así también tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley." "Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquellas alteren las jurisdicciones locales".

En el mismo sentido, la Ley General del Ambiente N° 25.675, a la vez que sienta los pilares fundamentales de la política ambiental de nuestro país y la regulación del daño ambiental, establece los presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente, la preservación y protección de la diversidad biológica y la implementación del desarrollo sustentable. En su artículo 2° establece que la política ambiental nacional deberá cumplir los objetivos de promover el mejoramiento de la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras, en forma prioritaria; prevenir los efectos nocivos o peligrosos que las actividades antrópicas generan sobre el ambiente para posibilitar la sustentabilidad ecológica, económica y social del desarrollo; promover cambios en los valores y conductas sociales que posibiliten el desarrollo sustentable, a través de una educación ambiental, tanto en el sistema formal como en el no formal; establecer procedimientos y mecanismos adecuados para la minimización de riesgos ambientales, para la prevención y mitigación de emergencias ambientales y para la recomposición de los daños causados por la contaminación ambiental., entre otros.

La ley también avanza positivamente en lo que respecta a la participación ciudadana: "Toda persona tiene derecho a ser consultada y a opinar en procedimientos administrativos que se relacionen con la preservación y protección del ambiente, que sean de incidencia general o particular, y de alcance general", como así también el deber de institucionalizar procedimientos de consultas o audiencias públicas como instancias obligatorias para la autorización de aquellas actividades que puedan generar efectos negativos y significativos sobre el ambiente. La opinión u objeción de los participantes no será vinculante para las autoridades convocantes, pero en caso de que éstas presenten opinión contraria a los resultados alcanzados en la audiencia o consulta pública deberán fundamentarla y hacerla pública (artículos 19° y 20°). En sus artículos 27° y 28°, la ley define el daño ambiental como "toda alteración relevante que modifique negativamente el ambiente, sus recursos, el equilibrio de los ecosistemas, o los bienes o valores colectivos". "El que cause el daño ambiental será objetivamente responsable de su restablecimiento al estado anterior a su producción. En caso de que no sea técnicamente factible, la indemnización sustitutiva que determine la justicia ordinaria interviniente, deberá depositarse en el Fondo de Compensación Ambiental que se crea por la presente, el cual será administrado por la autoridad de aplicación, sin perjuicio de otras acciones judiciales que pudieran corresponder".

Argentina cuenta además con un marco normativo que regula los residuos peligrosos entre los que considera el plomo como tal. La ley de Residuos Peligrosos,

Nro. 24.051, considera en su artículo 2º como peligroso a todo residuo que pueda causar daño, directa o indirectamente, a seres vivos o contaminar el suelo, el agua, la atmósfera o el ambiente en general. En el Anexo I, donde se listan las categorías sometidas a control, se incluye al plomo y los compuestos de plomo. El Anexo II enumera las características peligrosas, en las que se incluye a las sustancias o desechos que pueden causar la muerte o lesiones graves o daños a la salud humana, si se ingieren o inhalan o entran en contacto con la piel.

Actualmente el gobierno provincial ha elaborado un interesante proyecto de ley que prohíbe el uso de municiones que contengan plomo en el ejercicio de la caza menor deportiva y comercial, esta se encuentra sujeta a los principios comprendidos del Artículo 4 de la Ley 25675.

El proyecto mencionado anteriormente tiene como iniciativa regular la actividad del turismo cinegético y no prohibirlo. Se quiere tratar de lograr evitar el uso de municiones de plomos debido a que el mismo es un metal altamente tóxico y contaminante. Logrando de esta manera que el turismo cinegético sea una fuente de ingresos sostenible en el tiempo y sustentable desde el punto de vista de la protección de la salud humana y en medio ambiente.

Los especialistas en turismo cinegético consideran que cambiar el tipo de munición empleada por otras no contaminantes no es tan sencillo, ya que generalmente las balas de acero no son aceptadas por sus clientes debido a que poseen menor impacto. Y por otra parte las que son fabricadas con aleaciones de metales, son más caras y eso implica tener que incrementar los costos.

Actualmente en el mercado hay numerosas aleaciones (como bismuto-estaño, tungsteno-hierro, tungsteno-níquel-hierro, etc.) utilizadas como sustitutos. Son municiones que ya fueron adoptadas en países en los cuales la caza se realiza en zonas inundables y donde, consecuentemente, se comprobó un elevado nivel de envenenamiento de aves por contacto con el agua o por ingesta de los perdigones esparcidos. Estas balas “ecológicas” se utilizan para la caza deportiva en España, donde se detectaban cerca de 30 mil aves envenenadas por año, y también en Canadá, cuya mortalidad por este tipo de contaminación llegó a superar los 250 mil casos anuales.

La propuesta de este tipo de municiones, sería otro problema de contaminación con otros metales que no dejan de ser contaminantes. Se debe tener en cuenta que la velocidad de 1000 a 1500 balas diarias por turista se torna contaminante más allá del material.

En los primeros días del mes de mayo de 2008, la Real Federación de Caza Española, presentó los resultados del prototipo de una nueva munición, que ha sido desarrollada por un equipo de investigadores dirigido por Francisco Javier Pérez Trujillo, catedrático del área de Ciencia de los Materiales e Ingeniería Metalúrgica, de la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad Complutense (Madrid). A diferencia de los perdigones clásicos no contiene plomo, altamente contaminante y perjudicial para el medio ambiente, especialmente en los humedales. Los nuevos

perdigones, elaborados conforme a la técnica denominada de «dispersión particulada» ODS -Oxide dispersión strenght-, constan de una matriz de aleación metálica, que puede ser de zinc y bismuto, de zinc y aluminio, de estaño y bismuto, o de estaño y zinc según las propiedades deseadas, y un interior formado por una dispersión de partículas de refuerzo que puede estar integrada por wolframio o por ferro-wolframio, en forma de óxidos o carburos, similares a las de la munición clásica, y capacidad para ser utilizada con las armas actuales, sin necesidad de cambiar o adaptar las escopetas de los cazadores. Las características mecánicas y balísticas buscadas, homologables a las del plomo, debían ofrecer densidad, peso, dureza, deformabilidad, y penetración y dispersión aerodinámicas semejantes a los perdigones clásicos.

Conforme a las pruebas realizadas, supera con mucho las prestaciones de la munición de acero o de cerámica ya existente, con la ventaja de ser mucho más barata. Mientras que el perdigón de acero o cerámica encarecería la caja de cartuchos entre el 300 y el 400 por ciento además de exigir el cambio de armas, la nueva munición ecológica supondría sólo un aumento de entre el 25 y el 30 por ciento sobre los precios actuales.

El nuevo material iguala al plomo en maleabilidad; en dureza adecuada para el tiro, supera bastante al plomo; la densidad supera y mejora al acero, pero todavía se queda por debajo del plomo; la energía en cualquier punto del disparo es bastante menor que la del plomo, pero muchísimo mayor que la del acero; y la trayectoria es un poco mejor que el acero, pero bastante menos que el plomo.

Otras de las características de este material son que en tiros hasta media distancia, donde todavía su energía es buena, consigue alguna pequeña ventaja en aciertos sobre el plomo, por cargar más unidades con los mismos gramos, y que en los disparos largos disminuye mucho su competitividad con respecto al plomo.

Áreas Naturales Protegidas

Dentro del análisis del contexto medioambiental, se deben considerar las Áreas Naturales Protegidas que se encuentran en la zona de estudio, son las que se presentan a continuación:

Reserva Natural de Fauna "La Felipa"

Constituye el punto terminal del sistema hídrico del arroyo Chucul, cuyas aguas se pierden en bañados y esteros, llegando esporádicamente a drenar en el Río Chocancharava (o Cuarto). Su interés es esencialmente faunístico, destacándose entre las especies el cisne de cuello negro, el cisne coscoroba, la cigüeña, el flamenco, la garza blanca y la garza mora, el chajá. Con una superficie de 1300 hectáreas, se halla ubicada a 17 km de la localidad de Uacha (sobre ruta provincial 11).

Cuenta con servicio de guardaparque y con la posibilidad de acampar dentro de sus límites. Las principales actividades compatibles incluyen recorridos de interpretación a pie y observación de fauna y flora.

Lagunas del Sur y Bañados del Río Saladillo

Área propuesta como Reserva Natural de Fauna, se halla localizada en el sureste de la provincia. Constituyendo un típico ambiente de pampa húmeda de praderas herbáceas y gramíneas con pequeñas comunidades arbóreas.

Estos ambientes pertenecen al tipo de húmedo pampeano, constituyen en el hábitat de una variada fauna, donde se destaca la presencia de numerosas especies de aves, alguna de ellas migratorias, como flamencos, garzas, cigüeñas, variedad de patos, etc. Las actividades compatibles con estos ambientes son recorridos acuáticos guiados, interpretación ambiental, observación de flora y fauna, pesca, acampar, etc. Vinculadas a la Reserva Natural propuesta, se hallan, hacia el sur, las lagunas La Brava, Las Salinas, Santa Ana, Las Acollaradas y La Chanchera.

Las localidades más próximas al sistema que cuentan con equipamiento receptivo y servicios complementarios, son las ciudades de La Carlota y Laboulaye. Se accede al área por rutas Nacional N° 7 y N° 8 y Provincial N° 4.

6.1.3 Marco Político y Legal

A continuación se presentará un breve resumen de los aspectos más relevantes de las leyes nacionales y provinciales, disposiciones del RENAR (Registro Nacional de Armas) y tratados internacionales, que se refieren a la regulación del Turismo Cinegético, y que se deberán considerar a la hora de llevar a cabo cualquier tipo de proyecto de índole público como privado.

Leyes Nacionales

Ley Nro. 20.429

- Regula la adquisición, uso, tenencia, portación, transmisión, transporte e importación de armas y explosivos.
- De interés cinegético: Art. 11 inc. 1 y Art. 32 relativos a introducción al país por "particulares" de armas de guerra y armas de uso civil, respectivamente.

Ley Nro. 22.421

- Conservación, aprovechamiento, comercialización, cacería y manejo de la fauna silvestre.
- Sanciones por infracción.

Es conveniente aclarar que la misma, no sólo se refiere a los ejemplares vivos o muertos, sino también a sus partes o subproductos (cueros, pieles, plumas).

Decreto Reglamentario Nro. 395/75

- Reglamenta la Ley Nacional de Armas y Explosivos Nro. 20.429 resultando de interés para la actividad cinegética lo relativo a importación de armas (Arts. 22 a 40); introducción de armas al país (Arts. 77 a 85); transporte (Arts. 86 y 87); y sustracción, pérdida y secuestro (Arts. 129 a 131).

Decreto Reglamentario Nro. 821/96

- Sobre transmisión y adquisición de armas.
- Clasificación de las armas (escopeta semi - automática es arma de uso civil condicional).

Decreto Reglamentario Nro. 666/97

- Reglamenta la Ley Nacional de Fauna Silvestre Nro. 22.421, siendo de interés cinegético lo relativo a la caza deportiva (Arts. 13 a 15) y las sanciones cuya sanción incluye el decomiso de armas (Arts. 53 a 57).

Ley de la Provincia de Córdoba

Ley de Caza (Decreto - Ley Nro. 4046/58)

- Regula la caza deportiva, comercial, de lucha o defensa contra plagas y la protección de la fauna silvestre, como así también el tránsito y comercio de productos en el territorio de la Provincia.

- Establece los requisitos para la práctica de la caza (temporadas, horarios, especies permitidas, zonas de veda, licencia habilitante, cupos por cazador y distancias mínimas para la caza) y las contravenciones o faltas en el ejercicio de tal actividad. Como transgresiones más comunes podemos mencionar: práctica de la caza durante todo el año, sin licencia habilitante, en zonas de veda y sin respetar cupos.

- La autoridad de aplicación es la Dirección Ambiente de la Agencia Córdoba, quien resuelve las actuaciones giradas por la policía de la provincia disponiendo además el destino del secuestro.

Ley de Medio Ambiente Nro. 7343

- Prohíbe desarrollar actividades u obras que degraden o sean susceptibles de degradar los individuos y las poblaciones de la flora (excepto las especies declaradas plagas, las destinadas al consumo humano y las que representes algún peligro para la comunidad) y de la fauna.

- Prohíbe toda acción u obra que implique la introducción, tenencia o destrucción de individuos o poblaciones de especies vegetales y animales declaradas en peligro de receso o extinción por los organismos competentes nacionales, provinciales y municipales.

Ley Nro. 8789 (y Modificación, Anexo I, Art. 3 Inc. 1)

- Designa a la Agencia Córdoba Ambiente Sociedad del Estado como autoridad de aplicación de toda la legislación de flora y fauna vigente en la Provincia. Como así también a todo lo que se refiera a la preservación, conservación, defensa y mejoramiento del Ambiente de la provincia de Córdoba.

Disposiciones de RENAR

Disposición RENAR 101/04

- Control de munición de uso civil.
- Tarjeta de control de consumo 1.000 cartuchos/año no acumulable.
- Libro de Registro Oficial de Operaciones de Adquisición y Venta de Municiones.

Disposición RENAR 119/04

- Control de munición de uso civil.
- Tarjeta de control de consumo para todo tipo de munición.
- Acopio máximo de munición - 2.500 unidades en cal. 22 LR y armas de ánima lisa.
- Unidades en otros calibres.
- Libro de Registro Oficial de Operaciones de Adquisición y Venta de Municiones.
- Usuarios Comerciales en rubro "Minorista de munición de uso civil".

Disposición RENAR 156/04

- Formularios para ingreso de armas al país.

Disposición RENAR 175/04:

- Cotos de Caza.
- Legítimo usuario de coto de caza.
- Legítimo usuario operador cinegético.
- Seguro por responsabilidad civil.
- Libro registro Oficial de Operaciones.
- Libro registro de cazadores.
- Depósitos y salas de armas.
- Responsable técnico de coto de caza o de operador cinegético.
- Transporte de armas y municiones.
- Anexo I: Libro Registro de Cazadores de Cotos de Caza.
- Anexo II: Actas de Inspección Medidas de seguridad y Salas de Armas.

Disposición RENAR 208/04

- Plazos operativos de RENAR para la conclusión de trámites.

Convención CITES

La CITES regula el comercio internacional de especies de fauna y flora silvestres, es decir, la exportación, re-exportación e importación de animales y plantas vivos o muertos y las partes y derivados de los mismos, mediante un sistema de permisos y certificados que se expiden a condición de que se cumplan ciertos requisitos. Estos documentos deben presentarse para que se autorice la entrada o salida de cargamentos de especímenes de ciertas especies en un país. Las especies reguladas por la Convención CITES se encuentran incluidas en listados, denominados Apéndices, según su grado de amenaza. Existen más de 13.000 especies conocidas de mamíferos y aves, así como miles de reptiles, anfibios y peces, millones de invertebrados y unas 250.000 plantas con flores.

6.1.4 Impacto Tecnológico

Actualmente existe un efecto revolucionario sobre los canales de comercialización del sector turístico. La clave es que las telecomunicaciones, Internet entre ellas, permite a los destinos, productores, GDS y mayoristas saltar el canal y contactar directamente a los clientes finales: empresas y consumidores. En definitiva, desintermediar el canal de distribución.

Para ello se apoyan en dos grandes ventajas de las telecomunicaciones: que es un canal barato y que no tiene barreras de espacio. Para referenciar lo barato que puede ser, se debe pensar que el coste de distribución de paquetes turísticos por Internet cuesta, como máximo, un 10% del coste por el canal tradicional (agencias de viajes). Este ahorro del 90% de los costes de transacción permite un margen nada desdeñable para financiar inversiones, reducir precios o adquirir beneficios.

Desde siempre, el sector turístico ha utilizado las telecomunicaciones para vencer las distancias, las barreras del espacio, esto ha representado hitos en la mejora de la comercialización. En la medida en que la calidad de los servicios turísticos depende de una mejor coordinación de actividades físicamente alejadas, cualquier avance en las telecomunicaciones aporta cambios al sector.

Las telecomunicaciones, permiten a un comercializador que este en cualquier punto del planeta vender aun cliente final que se encuentre en cualquier otro sitio. Es el concepto de la deslocalización del vendedor y del comprador. Esta deslocalización se hará perceptible a medida que otras barreras, como son la seguridad en la transmisión de los datos, la confianza en las nuevas redes y los medios de pago, evolucionen.

Esta evolución hacia la deslocalización del vendedor y el comprador plantea la globalización del mercado.

A continuación se mencionan ejemplos de nuevos servicios tecnológicos, que se podrían tener en cuenta para implementar en el ámbito de estudio:

Geoplaneta, proveedor turístico: El potencial de nuevos negocios existente en el sector turístico a nivel mundial ha llevado a los dirigentes del grupo empresarial Planeta, a introducirse en el sector de los servicios de información geográfica y cartográfica mediante soportes multimedia y aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

Esta empresa ha centralizado y racionalizado sus contenidos en turismo, naturaleza y carpología. Se dirigen tanto al profesional del turismo como al consumidor final.

Geoplaneta es el servicio de routing puerta a puerta, o trazado de rutas con niveles de precisión muy elevados y mapping o localización cartográfica digitalizada de un punto turístico concreto

Lastminute: Ha nacido en Gran Bretaña un nuevo servicio de Internet con el objetivo de distribuir productos y servicios turísticos de “última hora” y que funciona básicamente en días específicos de la semana. El servicio ofrece paquetes consistentes en billetes de avión, hoteles y algún tipo de espectáculo, su objetivo es “reunir en un paquete billetes y entradas que no se hayan vendido”.

Ucave: Su Red Avanzada de Distribución de Servicios y Productos Turísticos recibe una subvención oficial. El objetivo de Ucave con esta iniciativa es proporcionar al sector de las agencias una herramienta que facilita información y transacciones comerciales on line con sus proveedores. Se trata de un sistema que será totalmente controlado por las agencias. La red pretende, entre otros objetivos, modernizar la operativa de las agencias mediante la incorporación de nuevas tecnologías; aportar rapidez a la gestión de reservas; disminuir los costes de comunicación; proporcionar un sistema de centralización y gestión de la oferta turística; acceder a la oferta complementaria y reducir plazos y trámites administrativos.

Priceline: Se trata de un servicio on line que se asemejaría a una subasta electrónica, es el nuevo concepto de agencia de viaje virtual, donde el usuario da a conocer el precio que esta dispuesto a pagar por un determinado servicio turístico (pasaje aéreo, alojamiento, entre otros). Proporciona los datos de su tarjeta de crédito y acepta el compromiso de comprar.

Oficina telemática de servicios turísticos: Se trata de una iniciativa de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, a través de Turismo Andaluz, para la creación de un espacio de información y reservas convertido en una gran Punto Común de Acceso Turístico de este destino, actuando como difusor, escaparate, tienda virtual y nodo de telecomunicaciones especializado en el turismo.

Una Oficina Virtual donde, desde la máxima transparencia pueden estar presentes, ofreciendo información y acceso a reservas, todos los proveedores turísticos, legalmente establecidos, que lo deseen. Una de las características claves de este sistema, se fundamenta en al permeabilidad y flexibilidad de los procesos de información y reservas, dirigido a todos aquellos usuarios que accediendo desde Internet deseen saber o conocer algún aspecto turístico sobre este lugar, contactar con una empresa o realizar una reserva en tiempo real, directamente con el proveedor, utilizando esta plataforma de distribución. Este sistema sirve de apoyo al sector y cumple eficazmente las labores de promoción turística orientadas a la diversificación geográfica y estacional del turismo en Andalucía. A su vez este sistema permite

recabar, datos importantes acerca de la demanda del destino, tales como: procedencia de los visitantes, gasto medio por turista, estadía promedio, etc.⁸

6.2 Oferta Turística Cinegética

6.2.1 Flora de la Provincia de Córdoba

La ubicación geográfica de la provincia de Córdoba, los movimientos que produjeron la formación de montañas, los procesos de origen y evolución de las formas del relieve terrestre y las variaciones climáticas acaecidas, han determinado la presencia de una vegetación integrada por especies provenientes de otras regiones (andina, tropical, austro antártica), además de las especies propias de nuestro territorio (endemismos).

La historia geológica permite imaginar una vasta planicie antigua, ligeramente ondulada y con elevaciones de poca magnitud, ocupada por un tipo de vegetación probablemente bastante uniforme de tipo tropical o subtropical. Al producirse el levantamiento de la Cordillera de los Andes repercutió en las Sierras de Córdoba, ocasionando modificaciones climáticas que determinaron la formación de ambientes muy variados, con clima más seco provocando la adaptación de las especies a esas condiciones climáticas como así también a las mayores altitudes de las sierras.

Siguiendo las líneas teóricas esbozadas por Miatello R. (1977) se llevará a cabo una descripción general de la flora de la Provincia de Córdoba.

Vegetación de la llanura

Las dos terceras partes de las planicies cordobesas estaban cubiertas por vegetación leñosa constituyendo los bosques de llanura. La exhaustiva explotación forestal y ganadera a la que se sometieron desde hace siglos a los bosques de llanura y las actividades agrícolas desarrolladas más tarde en gran parte de la región central y oriental, alteraron fundamentalmente su estructura y composición florística, presentando hoy una fisonomía distinta a la original.

Bosque chaqueño: Esta zona se divide en dos áreas separadas por las Sierras del Norte, las cuales presentan ambientes y vegetación característicos:

a - Bosque chaqueño oriental: Presenta mayores precipitaciones (entre 550 y 600 mm.). Ocupa la región situada entre las Sierras del Norte, Villa del Totoral y los "cardonales" del oeste de la cuenca del río Dulce.

Estrato arbóreo y arbustivo constituido por las siguientes especies que forman un dosel poco denso de 8 a 10 m de altura : quebracho colorado, quebracho blanco,

⁸ Nuevas tecnologías aplicadas a la distribución turística, Manuel Macías. Año 2008.

algarrobo negro, algarrobo blanco, mistol tala árbol, tusca ,espinillo, moradillos, chañar, garabato tintitaco, brea, atamisqui, guayacán, piquillín, sombra de toro, abriboca, palo amarillo, poleo, duraznillo negro, lagaña de perro. Garabato blanco, garabato hembra, carquejilla, quiebra arado y otras.

Cactáceas: cardón, ucle, quimilo, ulúa,

Trepadoras: pañuelito, trompeta de venus, sacha guasca, cabellos de indio o loconte, y pasionaria.

Otras: clavel del aire, liga o muérdago, chaguares, gramíneas.

b - Bosque chaqueño occidental: Más seco, con precipitaciones entre 380 y 480 mm. Se extiende al oeste de los sistemas serranos. Constituye la porción más árida de la Provincia

Estrato arbóreo: La vegetación es de menor altura, raramente pasa de los 7 metros. Aquí están presentes: algarrobo blanco (otra especie de hojas mayores que el mencionado anteriormente), quebracho blanco (con ramas péndulas), retamo, jabonillo, palo cruz, alpataco, barba de tigre chico jarilla, pichana grande, lata, brea, aromito.

Los otros estratos son menos abundantes que en la zona oriental, aunque las especies son comunes a ambas zonas. El estrato herbáceo y las gramíneas no forman una cobertura tan cerrada.

En ambas zonas se evidencia una explotación irracional de los recursos forestales.

Cardonales: El "cardón", cactácea de gran porte puede alcanzar hasta 6 metros de altura, se halla en ambientes semiáridos, cálidos, arenosos o rocosos, tanto en áreas llanas como ascendiendo por los faldeos de las sierras, pero sin sobrepasar los 600 metros, por debajo del piso Bosque Serrano. También prospera en suelos salinos. Se encuentran asociados al Bosque Chaqueño en: los llanos occidentales, entre las Salinas Grandes y la Sierras del Norte, asciende por la ladera occidental de las sierras, extendiéndose por el sur hasta el valle de Copacabana, en el norte del departamento Sobremonte, al oeste de Pozo del Tigre y sobre la falda oriental de las Sierras del Norte hasta las proximidades de Cerro Colorado.

Vegetación de ambientes salinos

Cuenca de las Salinas Grandes

En el límite noroeste de la Provincia, sólo especies adaptadas a las condiciones adversas prosperan en esta vasta depresión salina. En los límites algunas especies leñosas: chañar, brea, quebracho blanco, alpataco y tinticaco, matorrales de: lata, carne gorda, palta, jumes, jumecillo, cachiyuyos, palo azul, mastuerzo y otras vinagrillo, usillo, rodajillo, retamo, jabonillo, cardón.

Cuenca de Mar Chiquita

En el ángulo Noreste de la Provincia. Las especies típicas son jumes, verdolaga salada, jumecillo, jume blanco, vinagrillo, cachiuyo, mastuerzo, carne gorda, yerba del ciervo. En la zona de influencia del río Dulce: esparto, pasto salado, cinodon; en zonas más elevadas ejemplares arbóreos de: algarrobos, lecherones, vinales, espinillos, chañares, quebracho blanco, mistol.

Espinal

Estrato arbóreo: Caracterizado por la presencia del "algarrobo" que domina en toda su extensión apareciendo en el extremo noreste el "ñandubay" y el "caldén" en el suroeste. Las prácticas forestales y agropecuarias han llevado a la desaparición de gran parte de especies leñosas.

Acompañan al algarrobo: quebracho blanco, mistol, itín.

Estrato arbustivo: espinillo, tala, chañar, moradillo, tusca, atamisqui, palo amarillo, sombra de toro, palo amarillo, duraznillo negro, carquejilla, y poleo.

Otros estratos: trepadoras como pañelio, liga y sachá guasca, epífitas (clavel del aire).

El Pastizal que alterna con el bosque o que se presenta salpicado de especies leñosas, es menos exuberante que en la zona chaqueña, sin embargo sus componentes principales, son comunes.

A lo largo de los cauces de algunos ríos, donde hay mayor grado de humedad, se encuentran sauces criollos, junto a ellos cini-cina, saucos y lecherones.

En el extremo suroeste, los suelos son arenosos, formando médanos, vivos o fijados por tupe, ajo macho y olivillo.

Estepa Pampeana

Comprende una superficie de alrededor de 400.000 km², ocupando las llanuras centro orientales de la Argentina. En Córdoba abarca la parte centro oriental y sur de la provincia y está representada por extensas planicies en las cuales la monotonía es sólo rota por pequeñas ondulaciones y por los cauces de los ríos Ctalamochita, Cocancharagua y Carcaraña, por algunos arroyos menores y por el Popopis.

El tipo de vegetación predominante es la estepa, caracterizada por la falta total de árboles. Actualmente, como en el resto de la pampa no es más que vestigios de lo que en tiempos pasados constituía el paisaje natural.

La vegetación constituida por gramíneas, uniforme, a veces se interrumpe por la presencia de médanos vivos o por lagunas saladas, formadas por la acumulación del agua de lluvia. En la cuenca del río Cocancharagua se observan extensos bañados.

Los pastos más importantes son: poa, estipa, ajo macho, pasto amargo, pato negro, bromus, paja brava, espartillo, olivillo, junquillos y cortaderas.

Los arbustos principales: mío-mío, carquejilla y barba de tigre.

Vegetación de las sierras

Las Sierras de Córdoba, presentan una de altitud que oscilan entre los 500 metros, en lomadas hasta las cumbres de casi 3000 metros. Esto influye de tal manera que determinan la existencia de "Pisos o Cinturones de Vegetación":

Piso 1 - Bosque serrano: de 500 a 1350 m.s.m. Se caracteriza por un bosque generalmente abierto, denso en sitios favorables y ralos en los más severos.

Especies arbóreas y arbustivas: el más representativo es el molle o molle de beber, lo acompañan el coco, manzano del campo, espinillos, durazno e las sierras, molle blanco, piquillín de las sierras, y algunas especies de la llanura que ascienden por los faldeos: algarrobos, quebracho, earomito, chañar, tala, mistol, sobra de toro, ucle, chilca, barba de tigre, palo amarillo, lagaña de perro, guayacán, chaguales, lantana y abutilón.

Otras especies particulares en este piso que se distribuyen en algunas zonas de las sierras son: orcoquebracho o quebracho serrano cordobés, que ocupa solamente la faja inferior de este piso sobre vertientes con orientación norte y oeste-más secas y cálidas- Se lo encuentra en la zona del Uritorco y Copacabana, al sur de la quebrada de El Diquecito (Dpto. Colón) poco abundante en las Sierras del Norte, y porción austral del a Sierra de Pocho y el mato, especie llamativa, semicaducifolia, exclusiva de las Sierras del Norte perteneciente a la familia del arrayán.

Otras: sacha guasca, pasionaria, tasi, berbena, zinia, gramíneas,

Palmares: En el sector norte de la Pampa de Pocho, en vallecitos, lomadas y faldeos bajos de los alrededores, al norte de Tulumba, San Pedro Norte, San Francisco del Chañar y Pozo del Tigre, se presenta un paisaje totalmente diferente al resto de la Provincia. Son los palmares de *Trithinax campestris*, ocupa extensas áreas serranas entre los 700 y 1100 m.s.m. en forma de manchones menores o aisladas se pueden encontrar en Capilla del Monte, Charbonier, Copacabana, Cerro Colorado y Sebastián el Cano.

PISO 2 - Matorral serrano, arbustal de altura o romerillal: Se extiende entre los 1300 y 1700 m.s.m.

Estrato arbustivo: especies dominantes: romerillo, romerito, carqueja, barba de tigre.

Otras especies: ephedra.

Especies arbóreas: en los niveles más bajos e este piso en algunos sitios de las Sierras Grandes: tabaquillo y orcomolle.

PISO 3- Pastizales y bosquecillos de altura: a partir de los 1700 m.s.m.

Se extiende por faldeos, cumbres y planicies elevadas, descendiendo desde las mayores elevaciones hasta confundirse con el piso del romerillal, llegando a los 1000 m.s.m. como sucede en la zona de El Cuadrado en Sierras Chicas, en Olaen, en Atos Pampa o en los cordones de pajarillo, Copacabana, del Norte, Pocho y Guasapama o en áreas donde aparentemente ha sustituido al "romerillal" tras la acción de incendios sucesivos.

Las especies características son estipa, festuca forman los típicos "pajonales serranos", a mayores alturas, variedad de gramíneas y extensos céspedes forman verdaderos prados que alternan con afloramientos rocosos. En las Sierras Grandes se encuentran dilatadas "pampas" como la de San Luis, de Achala y de Olaen.

Desde el punto de vista agropecuario, tiene importancia económica, siendo explotada intensivamente para la cría de ganado.

Las quebradas y cajones que surcan la parte elevada de las Sierras Grandes presentan árboles, arbustos, helechos y musgos. Se destaca el tabaquillo, de singular belleza por su silueta tortuosa y rígida y de corteza que se descascara en finas láminas de color cobre-rojizo. Este arbolito se ubica a más de 2200 m de elevación

Bosques de caldén

El caldén (*Prosopis caldenia* Burkart) es la especie leñosa dominante de los caldenales. Rara vez forma bosques puros, pues se presenta asociado con otras leñosas; sin embargo, no aparece como especie secundaria en ninguna otra formación vegetal. Estos bosques ocupaban una superficie de aproximadamente, 33.000 Km² en las provincias de San Luis, Córdoba y La Pampa.

La estructura original del caldenal era la de un bosque semicerrado a abierto, con algarrobo, tala e isletas de chañar, con la presencia de un estrato arbustivo escaso o ausente debajo de los árboles, y pastizales densos compuestos fundamentalmente por gramíneas perennes mixtas, con 75% de especies estivales y 25% de invernales y una productividad forrajera potencial de 600 Kg. de materia seca de ha. por año. Los suelos donde están los caldenales son muy jóvenes, con pocos horizontes y débilmente desarrollados. Tienen baja estabilidad estructural y escaso contenido de materia orgánica, encontrándose estructurados solamente los 10 cm superiores. Por estas razones son muy vulnerables a los procesos erosivos cuando están desprovistos de una cubierta vegetal. La susceptibilidad de los suelos a la erosión eólica, se manifiesta con la aparición de médanos antrópicos que se forman en años con severas sequías estivales tales como las ocurridas en 1916, 1929, 1953 y 2003, donde las precipitaciones

fueron inferiores a los 300 mm. al año. Por otra parte, las condiciones climáticas de los sitios donde se sitúan estos bosques son muy particulares: precipitaciones reducidas, una amplia variabilidad interanual de la cantidad de lluvia caída, un elevado déficit hídrico, al menos durante seis meses del año y grandes amplitudes térmicas diarias y estacionales caracterizan el clima de la región del caldenal.

Las características ambientales de los sitios donde se sitúan los bosques de caldén dan cuenta de las extraordinarias adaptaciones de esta especie para tolerar estas condiciones desfavorables.

Situación actual del bosque de caldén

Una parte muy reducida del territorio que en la actualidad designamos como caldenales, corresponde a bosque pristino, o al menos similar en su aspecto a los originales. Se trata más bien de bosques significativamente empobrecidos, tanto en su fisonomía como en su composición florística.

Los resultados preliminares del análisis de imágenes satelitales, mostraron una pérdida anual de la superficie ocupada por los bosques de esta especie de 12.639 hectáreas para la provincia de San Luis, valores que significan una pérdida por año, del 1,4% de la superficie original de estas formaciones leñosas.

Los principales procesos de degradación ambiental (pastoreo intensivo, desmonte y fuegos) que operan en la zona, se vinculan a una fuerte presión de uso de la tierra, debido a una complejidad de factores naturales (aumento en las precipitaciones de la zona), económicos (rentabilidad de la agricultura), tecnológicos (siembra directa) y sociales (cambios en la tenencia de la tierra), sumados al hecho de que esta región es colindante con la de mayor desarrollo agrícola del país. Estos factores han contribuido al incremento de la presión del desmonte que ha llegado a los valores antes citados. Si se analizan los datos precedentes es posible suponer un futuro aciago para esta especie que es un símbolo de la historia forestal argentina.

Factores que hacen del caldén una especie única

La madera del caldén es de excelente calidad, se utiliza en la fabricación de pisos, marcos de puertas y ventanas, postes, muebles rústicos y leña. Es moderadamente pesada; su densidad es de 0,650 a 0,750 Kg.dm⁻³ y presenta un veteado pronunciado en las caras longitudinales, originado por la amplitud de los elementos constitutivos del leño y además, por la disposición circular de los poros. El caldén ha sido una especie emblemática para los pueblos aborígenes ranquelinos que habitaban la zona del caldenal, que lo consideraban árbol sagrado. Hay un hito en común entre los pueblos aborígenes, a pesar de detentar un desarrollo cultural muy diferente, que es la disposición hacia la preservación de los recursos naturales; estas tribus consideraban a la naturaleza como algo que debía protegerse y de los árboles extraían distintos productos, sin destruir el recurso. Otros que percibieron el valor de su madera fueron las compañías ferroviarias inglesas que tendieron sus líneas férreas, a fines del siglo XIX, hacia el “corazón” del caldenal. Las características extraordinarias de su madera

hicieron que, a principios de siglo XX, fuera utilizada para adoquinar las calles de la ciudad de Buenos Aires. Actualmente, hay en el área del bosque de caldén varias empresas dedicadas a la producción de pisos que se exportan a Europa.

La importancia de esta especie no sólo se limita a su calidad maderera, Frits y Krebs en el año 1931, sorprendidos por la sequía del año 1929, realizaron sobre caldén el primer estudio sobre anillos de crecimiento de una especie leñosa, para tratar de establecer alguna correlación entre el ancho de los anillos de crecimiento y las lluvias caídas. Este estudio, por la fecha, se presume fue el primero de este género en toda Sudamérica por lo que podemos concluir que el caldén puede ser considerada una especie precursora en los estudios dendrocronológicos. Como para otras especies nativas, se ha sugerido que el caldén presenta magros crecimientos. Sin embargo, a través de estudios dendrocronológicos en su área de distribución natural Dussart et al. (1997) y Peinetti et al. (1994), en la provincia de La Pampa, estimaron un crecimiento radial promedio entre 2,2 y 4,52 mm. al año; mientras que, Bovino (2005) determinó un crecimiento que oscila entre 2,69 y 3,97 mm. al año, para la Provincia de San Luis. Estos valores estarían indicando que esta especie muestra un potencial de crecimiento similar al de las especies exóticas plantadas en la Provincia de San Luis.

A pesar de los adecuados crecimientos y de que esta especie presenta una madera de cualidades excepcionales, su valor de comercialización como rollizo es muy bajo (entre 10 y 20 U\$S t-1); sin embargo, una planta que elabora pisos de esta especie en el sur de la localidad de Villa Mercedes, que luego son exportados a Europa, recibe ingresos de 11 U\$S/m², con un rendimiento aproximado de 15 m².t-1 de madera. No menos importantes son los estudios realizados sobre esta especie para determinar su potencial dendroclimático, o sea, la relación que el caldén tiene con las variables climáticas (precipitación y temperatura) a los fines de ser empleada para reconstruir las condiciones climáticas pasadas cuando no se dispone de datos instrumentales sobre las variables del clima.

Finalmente, un capítulo aparte merece la propuesta realizada por el Ing. Domingo Cozzo (2003) de que sea elegido el caldén como árbol nacional argentino, por ser el único *Prosopis* endémico del país, ya que en el caso de los otros *Prosopis* que crecen en La Argentina, su centro de origen también se extiende a otros países vecinos, en cambio el caldén es una especie que vive de manera exclusiva en el territorio de La Argentina. Frente a las magras políticas que tienden a proteger los recursos naturales tanto en el ámbito provincial como en el nacional, hecho que ha caracterizado históricamente el manejo de nuestras masas forestales a través del tiempo, es un hecho que la conservación del bosque de caldén depende en gran medida del interés de los propietarios de tierras privadas. Se deberán implementar planes de manejo que tiendan a la conservación del bosque y sus remanentes, sin que esto incida negativamente sobre su sistema productivo. Tal vez la introspección sea la primera herramienta a poner a prueba para buscar una solución a la casi segura desaparición de esta especie. El compromiso de las instituciones y organismos de gobierno responsables de la implementación de políticas vinculadas al manejo de los recursos naturales y la posibilidad de vislumbrar que existen alternativas productivas válidas

para estos sistemas, deben ser parte de las estrategias más adecuadas para lograr la subsistencia de esta especie seriamente amenazada.

6.2.2 Fauna Cinegética de la Provincia de Córdoba

El concepto "fauna silvestre" incluye, en una interpretación amplia, a todas aquellas especies animales que viven originalmente libres fuera del dominio del hombre, en ambientes naturales o artificiales, sean éstos terrestres o acuáticos.

La frase "fauna silvestre" se aplica más restringidamente para designar a los animales salvajes vertebrados de vida total o parcialmente terrestre (es decir, la mayoría de los mamíferos, todas las aves, casi todo los anfibios y reptiles). En cuanto a los animales de vida acuática, se denomina "fauna marina" a los habitantes propios del mar, y "fauna dulceacuícola" o, más correctamente, "fauna de aguas continentales o interiores" a los de ríos, lagos, lagunas y demás cuerpos de aguas continentales.

La fauna silvestre autóctona, indígena o nativa está formada por todos los animales que pertenecen naturalmente al ambiente que habitan (por ejemplo, el coipo, el gato montés, el zorro colorado de Achala, el águila escudada, el rey del bosque, el lagarto overo, la tararira, para el caso de nuestra provincia).

La fauna silvestre exótica, alóctona, foránea o introducida está formada por todos los animales silvestres que no pertenecen naturalmente al medio que habitan, sino que han sido incorporados a él por acción voluntaria o involuntaria del hombre (por ejemplo, la liebre europea, el jabalí, el gorrión, la trucha arco iris, el pejerrey, para el caso de nuestra provincia).

En oposición a la fauna silvestre, tenemos la llamada "fauna doméstica", constituida por las "especies domésticas propiamente dichas", es decir, aquellas especies sometidas al dominio del hombre, que se habitúan a vivir bajo este dominio sin necesidad de estar encerradas o sujetas y que en este estado se reproducen indefinidamente, teniendo este dominio como objetivo la explotación de la capacidad de diversos animales de producir trabajo, carne, lana, pieles, plumas, huevos, compañía y otros productos y servicios (v.g.: el caballo, el buey, la oveja, la cabra, el gato, el perro, la gallina, el cerdo, la llama).

En cambio, la "fauna en proceso de domesticación" está integrada por aquellos animales silvestres, sean autóctonos o exóticos, criados zootécnicamente bajo el dominio del hombre en condiciones de cautividad o semicautividad, que a través de las generaciones van perdiendo su carácter de salvajes para convertirse en domésticos y ser explotados con iguales fines que estos últimos. Se encuentran en este grupo poblaciones de coipo o nutria criolla, chinchilla, zorro plateado, visón, etc. Debido al hecho de que aún no pueden ser consideradas especies domésticas, tienen que ser encuadradas para su gestión como variedades de poblaciones silvestres obtenidas en cautividad y, por lo tanto, manejados como especies silvestres.

La fauna silvestre como valor

Desde este punto de vista, la fauna silvestre, considerada como recurso natural renovable, es un importante capital para la economía de un país de varias maneras y por las siguientes razones principales:

- Por su valor proteínico.
- Por su valor de atracción turística.
- Por su valor ecológico.
- Por su valor económico.
- Por su valor científico y médico.
- Por su valor cultural como símbolo.

La conservación y el aprovechamiento sustentable de la fauna silvestre como complemento de otras formas de uso del territorio, se justifican económicamente tanto como la agricultura, la ganadería o la silvicultura.

La gestión de la fauna silvestre

El territorio de nuestra provincia integra una de las regiones faunísticas más exuberantes y ricas en especies de la Tierra, la Región Neotropical, y su ubicación geográfica, a medio camino de las selvas tropicales y las regiones polares, de los Andes y el Océano Atlántico, con planicies y montañas, bosques y estepas, cuerpos de agua dulce, salobre y salada, ha permitido la existencia de una fauna autóctona de linaje y procedencia diversos.

El potencial de desarrollo que para la provincia encierra el uso o aprovechamiento sustentable de su fauna silvestre es evidente con sólo constatar las cifras que hoy se manejan en la materia, tanto en lo referido a cantidad de animales, productos, subproductos y derivados como en valores monetarios. De todos modos, esta explotación no es hoy por hoy sustentable y de continuar así la perspectiva para el futuro será la progresiva extinción de muchas de nuestras especies faunísticas.

El uso sustentable de la fauna silvestre como recurso natural renovable requiere, como condición imprescindible, la planificación integral de su gestión, definida esta última como "la administración de poblaciones de animales silvestres, incluidos sus hábitat, con determinados fines preestablecidos". La gestión de la fauna silvestre debe hacerse en el marco de la gestión de los ecosistemas ya que la fauna es uno de los componentes fundamentales de los mismos, y es por esto que debe tenerse en cuenta tanto a las poblaciones de las distintas especies como a su hábitat.

Las características y modalidades a las que se ajustará la actividad de Caza Deportiva dentro de la Provincia (*Ver anexo nº8*), deberán estar acordes con la necesidad de conservar las especies de interés cinegético y reducir al máximo las perturbaciones sobre otras especies que comparten sus hábitats, a fin de preservar el equilibrio y mantener los ecosistemas.

Las decisiones referidas a cupo, iniciación y finalización de la temporada de caza han tomado en cuenta distintos factores, tales como: distribución geográfica, situación

actual de los hábitats de las diferentes especies, época de reproducción y tasa de renovación e impacto de la actividad sobre el ambiente natural y social.

Las modificaciones que se van introduciendo en las resoluciones de caza que se dictan cada año, tienen su fundamento en sugerencias técnicas planteadas por personal de la Dirección de Recursos Naturales, en base a datos contenidos de estudios poblacionales realizados en temporadas previas.

Se establecen las siguientes fechas de apertura y cierre de temporada de caza deportiva de acuerdo a las especies involucradas:

Del día 17 de Mayo hasta el día 13 de Julio de 2008

- Inambúes chicos (*Nothura maculosa* y/o *Nothura Darwin*).
- Pato barcino chico (*Anas flavirostris*).
- Pato maicero (*Anas georgica*).
- Pato capuchino (*Anas versicolor*).
- Pato sirirí comun (*Dendrocygna viduata*).
- Liebre europea (*Lepus europaeus*).

Del día 17 de Mayo de 2008 hasta el día 10 de Mayo de 2009

- Jabalí europeo (*Sus scrofa*).
- Paloma dorada (*Zenaida auriculata*).
- Paloma manchada (*Columba maculosa*).
- Lora común (*Myiopsitta monachus*).

Cupos de Cazas Permitidos

1- Inambúes o perdices

Perdiz chica: cupo de diez piezas por cazador por excursión de uno o más días

2- Patos: cupo de diez ejemplares por cazador y por excursión de uno o más días.

Especies habilitadas

Pato barcino chico

Pato maicero

Pato capuchino

Pato sirirí común (*Ver anexo n°11*)

Esta prohibida la caza de todas las otras especies de patos silvestres presentes en el territorio de la provincia de Córdoba.

3- Paloma Dorada: cupo de treinta piezas por cazador y por día.

4- Paloma Manchada: ídem anterior.

5- Lora común: ídem anterior (*Ver anexo n°13*).

6- Liebre europea: cupo de un ejemplar por cazador por excursión de uno o más días. (*Ver anexo n°10*)

7- Jabalí europeo: Con fecha de inicio el 17 de mayo de 2008 y como fecha de cierre el 10 de mayo del 2009, con un cupo de cinco piezas por cazador y por excursión de

uno o más días. Se permite la captura del jabalí mediante la modalidad al asecho y montería (con perros y cuchillo) para esta última, el área de caza es la misma que la indicada para el resto de las especies habilitadas, considerando además, como zona habilitada, el Corredor Biogeográfico del Calden.⁹ (Ver anexo n°9)

La práctica de las actividades de caza deportiva se autoriza únicamente los sábados, domingos y feriados permanentes nacionales y/o provinciales (no así los de carácter departamental o municipal) entre los periodos establecidos precedentemente y solo durante las horas de luz diurna. Queda exceptuada esta última exigencia para la caza del Jabalí europeo, ya que ésta se efectúa en horas de la noche. Para la cacería nocturna de esta especie, solo se permite el uso de iluminación artificial portátil. Se encuentra prohibido cazar con luz del vehículo y/o desde el mismo.

Esta prohibido el uso de armas con caños estriados (carabinas y fusiles), exceptuándose de esta disposición cuando se realice la caza de jabalí en la cual si se podrán utilizar.

Es requisito para la práctica de caza deportiva, contar con la licencia de Caza o Permiso diario de Caza expedido por la Secretaria de Ambiente y contar con autorización escrita del propietario o arrendatario del campo donde se desarrolle la actividad, certificada por autoridad competente (Policía, Juez de Paz, Escribano Público). Asimismo el cazador deberá transitar obligatoriamente en todo el territorio de la Provincia con la hoja de ruta correspondiente.

Si el cazador llegara a transitar por zona de veda con producto de caza deportiva, deberá acreditar esta circunstancia mediante constancia emanada de Autoridad Policial, Juez de Paz, Municipalidades o Comunas del lugar donde efectuó la cacería.

Durante el tránsito en los caminos públicos las armas deberán transportarse desarmadas y guardadas en sus respectivos estuches o fundas.

Las tareas de fiscalización y control estarán a cargo de la Secretaria de Ambiente y la Policía de la Provincia de Córdoba colaborará con la Autoridad de Aplicación para el cumplimiento de la presente Resolución en el marco de la legislación vigente

6.2.3 Áreas Naturales Cinegéticas

De acuerdo a la Ley de Caza Provincial (Decreto - Ley Nro. 4046/58) existen actualmente en el Sur de la Provincia de Córdoba determinadas áreas en las que se hace posible y se permite realizar la práctica de caza, salvo las siguientes que se mencionan a continuación en donde se establece Veda:

- Departamento Capital.

⁹ Calendario de Caza establecido por la Agencia Córdoba Ambiente, período Años 2008 – 2009.
<http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar>

- Los márgenes de lagos, lagunas y embalses, hasta un kilómetro de su cota máxima de embalse.
- Los campos de particulares autorizados como Reserva de Fauna por la Autoridad de aplicación. (Identificados con carteles de “prohibido cazar”).
- Las áreas naturales protegidas que a continuación se detallan, con su respectiva área de amortiguamiento:

§ Reserva de Fauna “Laguna La Felipa”, ubicada en el departamento de Juárez Celman, al suroeste de la localidad de Ucacha y su zona de amortiguación cuyos límites son: al Norte por la Ruta Provincial n° 11 desde la localidad de Bengolea hacia el Este hasta pasar por la localidad de Ucacha en el cruce con el camino vecinal T18811 hasta empalmar con camino vecinal T118824 y por este al Sur hasta Red Vial Barreto-Pedro Funes –Reducción (S274) a la altura de ex- Estancia San Juan, al Sur el camino S274 Red Vial Barreto- Pedro Funes entre el cruce de ex Estancia San Juan y Estancia Merceditas y al Oeste desde Bengolea por camino vecinal S185 hasta el cruce con el camino S274 red vial Barreto- Pedro Funes-Reducción a la altura de Estancia Las Merceditas (San Cayetano).

§ Corredor Biográfico del Caldén: Territorio comprendido dentro del siguiente polígono: Al Norte, el río Quinto o Popopies, al Este, la Ruta Nacional N°35 desde río Popopis hasta el límite con la Provincia de La Pampa; al Sur, el límite con esta Provincia; al Oeste, el límite con la Provincia de San Luis.

- Los alrededores de la ciudad de Río Cuarto en el perímetro que va desde el Puesto Santa Catalina hasta La Gilda, y desde La Gilda hasta Higueras; desde Higueras hasta Espinillo desde Espinillo hasta Colonia del Carmen, y desde Colonia del Carmen hasta Santa Catalina, cerrando así dicho polígono territorial.

- La zona ubicada al Sur este de intersección de la Ruta Nacional N°7 con la Ruta provincial N° 10, correspondiendo como limite Este la provincia de Buenos Aires y limite Sur la provincia de La Pampa.

Cabe recalcar que esta prohibida la caza de toda especie de fauna silvestre que no este expresamente autorizada por resolución de la Secretaria Córdoba Ambiente (ver Mapas de Veda en Anexo pág. 113).

6.2.4 Servicios e Infraestructura cinegética

Servicios que componen el modelo básico de turismo cinegético

En la Provincia se aglutinan alrededor de 20 operadores cinegéticos que representan el 90% de la actividad, las mismas forman parte de la Cámara de Turismo Cinegético (TUCICOR), como Alas Doradas, Argentina Adventures, C y C Outfitters, Córdoba Outfitters, David Denies Doves shooting, Doble EME SRL FH Outfitters, Sierra Brava SRL, Frontera Sporting, H&H Outfitters, José Luis Grasso, Los Nuevos Chañares, M. Appendino, Mataco Lodge, Paco Riestra Shooting & Hunting, Syc Sporting, Ramón Belli, Santa Ana Lodge, Luis Sier Outdoors, Expedición Argentina, Tomás Pitt, entre otros. Los mismos se encargan de ofrecer y organizar los viajes de cacería.

A continuación se esbozará una descripción de los servicios turísticos principales y secundarios, como así también de la infraestructura de alojamiento que hace posible el desarrollo de la actividad cinegética de un determinado destino. Primero, es necesario destacar que un destino puede promover la práctica de los siguientes tipos de Caza:

Mayor: involucra la caza de especies cazadas de mayor porte y tamaño, éstas pueden ser autóctonas (por ejemplo: caza de jabalí en la Pampa), o bien introducidas en un coto cerrado adecuando las características de hábitat y alimentación para que estos animales puedan subsistir y procrearse naturalmente (en este caso se puede mencionar los cotos que cuentan con Pumas, Ciervos.)

Menor: comprende la caza de especies pequeñas y habitualmente autóctonas de la zona, que están libres, en cotos y/o campos abiertos, por ejemplo caza de palomas, perdices, patos, etc.

Generalmente la infraestructura, actividades, y demás servicios turísticos que se ofrecen en los programas de cacería son similares, uno de los aspectos que marca la diferencia entre ambas, es la tarifa del paquete, siendo que la primera modalidad incluye la caza de animales con características físicas especiales y valor cinegético, por lo que esto conlleva a que se pague un precio mayor. En esta modalidad el fin último que persigue el cazador es llevarse el trofeo, por ejemplo si su presa fuese un ciervo, este deberá abonar un arancel mayor de acuerdo a la antigüedad y cantidad de aspás del animal.

Los paquetes que ofrecen los operadores cinegéticos actualmente incluyen los servicios básicos tales como transportación, alojamiento, gastronomía y otros auxiliares que posibilitan la consecución de dicha actividad deportiva. Es importante resaltar, que los viajes de cacería son flexibles, y que cada uno, se adapta específicamente a las necesidades y requerimientos de este segmento en particular.

A continuación se presentan programas de caza menor y mayor, para enfatizar las diferencias.

Paquete: Cacería Paloma

- Cinco días de caza de paloma (tres días completos y dos medios días)
- ⊕ Recepción en el aeropuerto.
- ⊕ Reunión y asistencia en aduanas de Córdoba.
- 4 noches y 5 días de alojamiento en la Estancia.
- ⊕ Todas las comidas y bebidas (desayuno al estilo americano y cena en su estancia).
- ⊕ Todos los transportes en Córdoba (aeropuerto a la estancia, transporte a las zonas de caza en 4x4 todo terreno.)
- ⊕ Tradicionales asados Argentinos en la hora del almuerzo en el campo de cacería.
- Un birdboy por cazador.

- 60 cajas o 1500 municiones.
- ⊕ Bebidas frescas durante la caza.
- ⊕ Open Bar.
- ⊕ No se incluye:
- Pasaje de avión.
- ⊕ Llamadas telefónicas.
- ⊕ Propinas (usualmente se les paga a cada birdboy alrededor de USD \$ 25,00 por día)
- ⊕ Alquiler de Armas - USD \$ 50,00 por día por cada arma.
- ⊕ Permisos para sus armas - USD \$ 100,00 para cada arma.
- ⊕ Municiones adicionales – El costo de estas es de USD \$ 11,50 por caja de 25 en calibres 12, 20, 28 o cavidad .410.
- ⊕ Licencia de Caza - USD \$ 60,00 por día por persona+
- ⊕ Acompañante (NO cazador): U\$D 150 P/Día
- Secretarios: U\$D 30 /Día

El costo Usd 2200,00 por cazador, cuando el grupo es de siete o más cazadores.

De acuerdo a los servicios incluidos cambia el costo del paquete, hay alternativas paquetes básicos de cacería desde Usd 600,00.

Paquete: Caza Mayor

- ⊕ 03 Noches de Alojamiento de primera clase.
- ⊕ Servicio de guía personalizado (1 guía x cazador).
- ⊕ Servicio de traducción a ingles.
- ⊕ Vehículos doble tracción.
- ⊕ Servicios de cuereado y preparado de los trofeos.
- ⊕ Todas las comidas y bebidas no alcohólicas.
- ⊕ Traslados terrestres dentro del territorio argentino desde y hasta lugares de caza.
- ⊕ Traslado de regreso hacia el aeropuerto internacional Córdoba.
- ⊕ Un trofeo por cazador.

Trofeos de distintas especies

Animales disponibles	Temporada	Tarifa por trofeo
Jabalí Europeo (Región Sur)	Todo el año	Usd 800.-
Antílope Negro (Región Central)	Todo el año	Usd 900.-
Ciervo Dama	10 de	Usd 1800.-

(Región Central)	Marzo al 30 de Junio	
Ciervo Axis (Región Central)	Todo el año	Usd 2000.-
Ciervo Colorado (Región Sur)	10 de Marzo al 30 de Junio	Usd 3100.-
Búfalo	Todo el año	Usd 3100.-

No incluye

- Acompañantes (no cazadores): Usd 75 por día
- ⊕ Cartuchos adicionales: Usd 6.
- ⊕ Licencia de caza: Usd 45
- Alquileres de Escopetas: Usd 30 por día
- Importación temporal de armas: Usd 45 por escopeta
- ⊕ Propinas de los secretarios y para el staff

Tarifa por persona Usd 950, a ésta se le adiciona el trofeo que el cazador elija.

Infraestructura turística de Alojamiento

Evolución histórica de los Establecimientos Rurales

En los últimos 15 años, sucedieron importantes modificaciones en la estructura y el funcionamiento de las empresas agropecuarias, en términos globales estas variaciones se manifiestan a través de un aumento de la productividad por unidad de superficie, junto a una disminución en el número de explotaciones.

Los datos preliminares del Censo Agropecuario Nacional ratifican estos dichos, en el periodo 1988 – 2002 se produjo una desaparición de 100.000 establecimientos y como contrapartida el sector agrario logró una cosecha record de 70.000 millones de toneladas de granos, en donde la soja llegó a representar el 50% de la superficie agrícola sembrada.

Anexado a esto, el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) publicó que el 20% del territorio Argentino esta dañado por erosión (60 millones de hectáreas, equivalente a las provincias de Bs. As., Córdoba y Santa Fe), en 20 años los niveles de materia orgánica pasaron del 3,2% al 2,7% y alerta la incidencia negativa que puede seguir provocando el monocultivo de soja.

Pero esta transformación estuvo básicamente liderada por empresas multinacionales, grandes productores, fondos de inversión, etc., que se ubicaban en posiciones de alta rentabilidad que le brindaba la extrema fertilidad de la tierra

Argentina y los bajos costos de producción (escalas productivas) sustentados en tecnologías de insumos.

Actualmente los pequeños productores agropecuarios (menos de 200 has) siguen luchando para sobrevivir, tratando de llevar su explotación con sentido empresarial, adaptándose a los cambios tecnológicos, buscando la estabilidad y sustentabilidad.

En la actualidad las actividades del sector primario de la producción, especialmente el agropecuario en el caso pampeano, están atravesando una crisis que se manifiesta en menores márgenes de ganancia. Las causas radican en la presión tributaria, necesidad de incorporar más tecnología, alta producción y bajos precios de venta, entre otras. Esta situación se siente con mayor peso en los pequeños y medianos productores, que en los municipios cordobeses son quienes sostienen en mayor parte a las economías locales.

Algunas unidades productivas han protagonizado un cambio convirtiéndose en prestadores de servicios agroturísticos. Las causas de la transformación se deben a tres factores:

a) El efecto de la notoria crisis del agro argentino. La Argentina, actualmente cuenta con más de 900 establecimientos agroganaderos, dedicados al turismo rural, de los cuales muchos han superado los 200 años de historia. Los cascos de algunos de ellos son estupendas mansiones de arquitectura de origen inglés, francés, italiano y estilo colonial, comfortable y lujosamente equipadas. Más allá de estas características, es la familia rural la que brinda los servicios de atención al visitante.

Los establecimientos agropecuarios están dispersos de norte a sur y de este a oeste en los 2.791.810 Km² de superficie de la República Argentina en el continente americano, con mayor concentración en la provincia de Buenos Aires y en la Patagonia. Estas unidades productivas varían en sus dimensiones, encontrándose desde estancias que superan las 100.000 hectáreas, hasta microemprendimientos como granjas y huertas de 1 hectárea de extensión.

Estas empresas rurales optaron por la diversificación de la producción hacia el turismo como una alternativa para reducir los costos de la vida cotidiana, no sólo de la empresa.

Un tipo de actividad que al ser estimulada por los gobiernos locales ha permitido una cierta "reactivación" económica en zonas sumamente golpeadas por la deserción del Estado y las privatizaciones de la década de los '90, que dejaron altísimos índices de desocupación en las ciudades y pueblos del interior del país. Así, el turismo rural se ha convertido en una fuente de ingresos "rápidos" para estas localidades, sobre todo porque esta actividad crea numerosos negocios conexos en el área de servicios, por ejemplo en el transporte, la hotelería, la gastronomía, etc.

b) Las herencias que generaron importantes subdivisiones catastrales. Las grandes estancias sufrieron cambios en su dimensión debido a las sucesivas divisiones por herencia familiar. Muchos productores, hoy devenidos en prestadores de servicios,

argumentan que la tierra que poseen no les genera excedentes económicos por su escaso volumen, y que al poseer elementos de valor histórico y paisajístico (cascos y naturaleza circundante) optan por una nueva forma productiva.

c) Los llamados históricamente estancieros han desarrollado una respuesta adaptativa incursionando en el sector turismo. Argentina está incorporándose a esta nueva manera de hacer turismo. A lo largo de la geografía se ha ido diversificando la oferta de paquetes turísticos destinados a turismo rural.

Esta situación es parte de un proceso de transformación del modelo económico argentino que se dio en la década de 1990; e incentiva a las administraciones municipales y provinciales a replantearse alternativas para la diversificación de la economía local. De este modo surge la necesidad de poner en valor otras actividades que hasta el momento eran marginales para el desarrollo local. Actividades productivas alternativas como microemprendimientos agrícola- ganaderos con producción de alto rendimiento en el mercado externo (espárragos, frutillas, cebollas, kiwis, ganado ovino, etc.) y el fomento del turismo acorde a la oferta de atractivos y a los segmentos de la demanda (agroturismo, turismo ecológico, cultural, de aventura, turismo cinegético, etc.)

En turismo, esta puesta en valor se da tanto para actividades recreativas y deportivas de contacto con la naturaleza (lagunas y sierras), como para nuevas modalidades de turismo que incorporan tradiciones y costumbres como el turismo rural.

Esta significación de la actividad tiene dos vertientes causales, una externa y otra interna. La externa se debe fundamentalmente a cambios en la demanda (interés por nuevos sitios y áreas de alto valor ecológico y cultural autóctono), y por masificación y/o deterioro (cuali y cuantitativo) de la oferta tradicional. La causa interna se debe a la crisis del esquema agroproductivo local tradicional.

Este proceso de cambio como forma de adaptación a condicionantes externos puede generar desde la organización territorial una articulación sustentable en la relación sociedad-naturaleza que evite el éxodo campo-ciudad, y ciudad de rango menor-metrópolis regional, favoreciendo el desarrollo local y evitando la aglomeración urbana de otros centros.

Alojamiento Rural en la Provincia

Actualmente existen alrededor de 100 establecimientos rurales y estancias que se dedican al turismo rural en Córdoba, la mayoría de estos se encuentran ubicados en la zona norte y este de la provincia, tales como Dos Lunas, La Granadilla, Río Quillín, La Lejanía, La Paz, La Constancia, Las Cañitas, La Carolina, entre los más conocidos. Algunos de ellos además de fomentar las típicas actividades de este turismo en particular, han incorporado en su oferta turística, paquetes de caza menor.

Por otra parte también existen Cotos de Caza Mayor y Menor tales como La Tramontana -Granja, Criadero & C , Los Paredones, Mauco Fishing Team, El Cortijo, Arroyo los Leones, entre otros. Que se especializan en este segmento de turismo y ofrecen programas de caza de acuerdo a las preferencias de sus clientes.

Con respecto a la zona de estudio en cuestión, no hay registro oficial de que existan cotos de cazas. Por otra parte, en base al relevamiento realizado se puede poner en evidencia que existen actualmente ocho establecimientos rurales, de los cuales solo la mitad de ellos ofrecen en su oferta la práctica de actividades cinegéticas de una manera muy espontánea y no planificada.

A continuación se presenta una breve descripción de éstos:

Estancia La Isabella

La estancia se encuentra ubicada en la Zona Rural Del Campillo. A 160 Km de la ciudad de Río Cuarto. El casco fue construido, durante las primeras décadas del siglo XX, la misma conserva un estilo de su grandiosidad original. Actualmente es atendida y administrada por sus propietarios.

Este complejo cuenta con s con ocho habitaciones, con capacidad de alojamiento para doce personas. Posee de todos los servicios e instalaciones para brindar un servicio completo (calefacción, fax, teléfono, Internet, salón para fiestas, piscina, Spa y una biblioteca con libros de literatura en inglés, alemán y español.) Ofrece además, un régimen de pensión completa (desayuno, almuerzo y cena) para sus huéspedes. Cuenta con personal capacitado y especializado en varios idiomas, tales como inglés, alemán y francés.

En cuanto a las actividades recreativas que ofrece esta estancia, vale la pena recalcar que se amolda a las necesidades del turista, ya que el mismo puede elegir las actividades para relajarse y/o reenergizarse, como así también de realizar todas aquellas que se orientan en torno al campo (reunir el ganado en tropa, trabajar en los corrales, enlazar y pialar el ganado, cabalgatas, paseos en sulky) para que el turista conozca el verdadero espíritu gaucho.

También se ofrecen excursiones adicionales fuera de la Estancia, tales como:

1) Visita a las antiguas estancias, La Candelaria y Sarmiento. Dentro de los hermosos montes se puede realizar avistaje de fauna autóctona como por ejemplo ciervos, pumas, jabalíes salvajes y liebres.

2) Inti Huassi es un lugar mágico donde los indios Argentinos dejaron sus huellas hace cientos de años a través de lindísimos dibujos en las cuevas. Es una gran oportunidad para observar elementos históricos y maravillarse de los sistemas de cuevas. La excursión se realiza en una 4X4 y se cuenta con los servicios de una guía bilingüe.

3) Existe un paseo desde La Isabella hasta La Horqueta, una estancia histórica que refleja la magnificencia de la Argentina de 1930. Desde aquí se realiza una caminata o cabalgata hacia el asombroso Río Quinto, en cuya orilla se lleva a cabo un picnic antes de regresar a la estancia por la tarde.

Para efectuar las reservas, cuentan con una central operativa en Bs. As. La Italo Suiza S.A., y las mismas se efectúan de grupos de cuatro o más personas, ofreciendo la exclusividad de atención al mismo. Además existe la opción de reservas de dos días y hasta semanas de alojamiento.

Cabe destacar el tour agrícola de tres días, que se ofrece al visitante, el mismo incluye una visita guiada por la Estancia acompañado por el mayordomo y el ingeniero agrónomo. Una oportunidad para apreciar la agricultura en la práctica, y debatir las técnicas con personas especializadas. También incluye la visita a la Estancia "El Agua Blanca" o "El Consuelo", a una distancia de 20 Km. donde el turista podrá adquirir mayor información acerca de las diversas técnicas de cosecha y crianza de ganado.

Todo esto acompañado por comidas y bebidas típicas, música folklórica y grupos de bailes tradicionales. Como actividad optativa se ofrece la práctica de caza de liebres, vizcachas y peludos.

Las tarifas rondan en U\$S 95. por día por persona, a esto se le adicionan aparte los tratamientos en el Spa y servicios de niñera si se prefiere.

Estancia Los Barrancos

Es un campo de sierra de algo más de 1.000 Has., se encuentra ubicado en los faldeos occidentales de la sierra de Los Comechingones, se extiende desde el pie de la misma hasta las altas cumbres a 2.300 m. s/n.m., a 30 km de Villa Dolores. Actualmente posee cuatro habitaciones y ofrece régimen de pensión completa.

Esta casa de campo funciona como reserva privada por convenio con la Fundación Vida Silvestre Argentina. Es por esta razón que no se permite la práctica de caza, solo es posible llevar a cabo actividades ecoturísticas tales como cabalgatas y trekking, en las cuales se pueden observar distintas comunidades vegetales autóctonas (el chaco serrano con sus algarrobos, chañares, quebrachos blancos y tintitacos; el romerillar, el bosque de horco molle y coco), como así también más de cien especies de aves.

Mamay Huifelen

Se encuentra ubicada a 30 Km. de la ciudad de Río Cuarto, a 50 Km. de las Sierras de los Comechingones y 110 Km. del Valle de Calamuchita. Esta considerada como una de la segunda en tamaño de la provincia, sumado a esto, también es un sitio de interés histórico del combate de Paso del Durazno, donde los gauchos del coronel Baigorria derrotaron a los indios en el año 1864. Recorriendo la estancia a través de senderos dentro de las 150has. de monte se observa la fauna autóctona con pumas, zorros,

peludos avestruces, etc. y 200 variedades de aves.

El establecimiento tiene 650 hectáreas y dos cascos. En la Estancia Mamay se ofrece alojamiento para seis huéspedes y en la Estancia Huifelen la capacidad es para ocho personas. Estas se dedican a la agricultura, la cría de ganado vacuno y la cría de caballos de polo.

Ambos establecimientos cuentan con todos los servicios e instalaciones (sala de estar con TV y video, hogar a leña, calefacción central por radiadores de agua caliente, pileta de natación, biblioteca, entre otros.) apropiadas para otorgar una estadía perfecta. Brinda un servicio de pensión completa a sus huéspedes.

Proponen además de las tareas rurales diarias, un programa amplio de actividades tales como: caminatas, paseos en sulky, paseos en jeep Willy, cabalgatas, paseos en bicicletas, pesca del pejerrey, croquet, fútbol, natación, fiestas gauchas, pic-nic a orillas del río, safari fotográfico de flora y fauna, visita a localidades turísticas cercanas, deportes criollos como taba, bochas además de football. Se destaca la práctica de polo en la estancia Mamay.

Los precios varían por habitación y van de U\$S 50 a U\$S 70 por persona y por día, estos valores incluye las cuatro comidas diarias con las bebidas y todas las actividades que se realicen dentro de las estancias (excepto el polo que se debe contratar por separado). Cabe destacar que por el momento, no realizan la explotación de la actividad cinegética.

El Tatilo

Esta estancia de 1.250 hectáreas, se ubica en la zona rural Jovita, a 200 Km. de Río Cuarto y 45 Km. de Vicuña Mackenna. Se trata de una antigua casona que cuenta con tres habitaciones. El mobiliario de época del establecimiento es de especial interés.

Entre las actividades organizadas pueden mencionarse tareas agrícolas y ganaderas, cabalgatas, caminatas, safaris fotográficos, paseos en sulky y shows folklóricos. Servicios que se ofrecen: Pensión Completa y Personal Bilingüe Actualmente no se lleva a cabo la práctica de turismo cinegético.

Las Lajas

Se halla sobre la ruta N° 30, a 5 Km. de Achiras y 60 Km. de Río Cuarto. Cuenta con habitaciones, bungalows, museo de la historia y 800 hectáreas al pie de la ladera oriental de la Sierra de los Comechingones, en el extremo sur. Estas tierras, habitadas en sus comienzos por indios, datan del año 1580. Desde el año 1710 se dedican a la producción ganadera y la explotación minera. A lo largo del tiempo el establecimiento pasó por varios dueños, entre los cuales figura Don Gonzalo Martel de Cabrera (hijo del fundador de Córdoba). Se pueden realizar actividades agrícolas-ganaderas, deportes (voley, tenis criollo, cricket y bochas de campo), cabalgatas, paseos en bote y visitas guiadas a Inti-Huasi (pictografías), La Estanzuela y Mina El Cóndor.

Ofrece el mismo régimen de comida mencionado en las otras estancias.

En el establecimiento no se ofrece la práctica actividades cinegéticas.

El Jaque

Ubicada en la zona rural Mataldi, está a 160 Km. de Río Cuarto y a pocos km. de la ciudad de Mataldi.

La edificación es del año 1960 y tiene tres habitaciones muy confortables, contando además con una sala de estar y un parque reconocido por su micro clima y colorida vegetación. Ofrece a sus huéspedes régimen de pensión completa.

Las actividades que se organizan son cabalgatas, paseos en bicicletas, caminatas y tareas propias del lugar. Cuentan con personal bilingüe (inglés).

No se ofrece alternativas para el desarrollo de actividades de caza.

Los Baguales

Se encuentra ubicada en la zona rural Jovita, a 200 Km. de Río Cuarto y muy cerca de la localidad Jovita. Abarca 3.750 hectáreas y es atravesada por el río Quinto.

La antigua casa de esta estancia cuenta con tres habitaciones, se destaca la decoración de muebles antiguos de estilo Vasco. Ofrece régimen de pensión completa.

Los visitantes pueden llevar a cabo actividades náuticas, cabalgatas, paseos en sulky, caminatas, tareas rurales, avistajes de aves y cacerías de palomas.

Estancia Don Santiago

Se encuentra en la zona rural Pincén, a 200 Km. de Río Cuarto y muy próxima a Huinca Renancó. Este establecimiento es de producción agrícola-ganadero, actividades desarrolladas en las 800 hectáreas que conforman el predio cuyo casco principal es de origen colonial.

Su casa principal posee seis habitaciones, en lo que respecta al servicio de gastronomía, se ofrece régimen de media pensión.

Además, cabe destacar que el predio posee una pista de aterrizaje propia.

Los visitantes pueden realizar cacerías de patos y perdices, caminatas, cabalgatas, safaris fotográficos, paseos en carruajes antiguos, tareas rurales, avistajes de flora y fauna, y días de campo en estancias vecinas.

6.3 Análisis de la Demanda Turística Cinegética

En los últimos años si bien el turismo internacional tuvo un notable crecimiento en la Argentina, la provincia de Córdoba no es un destino comúnmente visitado por los

extranjeros, sólo el 3,5% de los turistas proviene del exterior. En particular el turismo cinegético vinculado a la caza de paloma representa más del 10% del turismo receptivo internacional de la provincia.

El origen de los cazadores corresponde en casi un 90% a turistas estadounidenses, el resto de origen europeo, es decir unos 9.800 turistas al año. Cifra que se corresponde con unos 8.700 turistas de origen estadounidense y los restantes 1.100 turistas procedentes de Europa (España y Alemania). Cabe destacar, que los turistas extranjeros que llegan a la provincia son fundamentalmente de países limítrofes cuyo gasto promedio es sustancialmente inferior al de los turistas cinegéticos.¹⁰

En general, se calcula que el promedio de pernoctaciones es de cinco noches y que cada turista gasta un mínimo 800 dólares en el caso de los cazadores de palomas.

Uno de los factores que influye en el crecimiento del turismo cinegético en Córdoba es la mayor conectividad aérea: actualmente operan con el exterior la chilena Lan (con conexiones a Estados Unidos y Europa); la brasileña Gol, la panameña Copa (también con conexiones a Centroamérica, Estados Unidos y Europa) y la uruguaya Pluna aliada con American Airlines (EEUU y Europa).

La Argentina disfruta todavía de las ventajas que le da, como destino turístico, el tipo de cambio conveniente para los visitantes internacionales desde la salida de la convertibilidad, aunque ahora haya perdido algo de competitividad.

Por supuesto, a ese factor económico se le agregan los numerosos atractivos naturales y culturales que ofrece el país.

Córdoba es un destino de paso que no logra hacer que los visitantes decidan permanecer más días de los dos que planearon en un comienzo, salvo la excepción de turistas cinegéticos. Porque si bien la provincia tiene atractivos naturales no son suficientes para competir con algunas plazas como las Cataratas, el glaciar Perito Moreno o el cerro de los Siete Colores en Salta. De hecho, el turismo receptivo en la provincia prácticamente no existe. Es bajísimo el número de agencias que se ocupan de los visitantes que arriban a la provincia, salvo el caso de aquellos operadores que se encargan de los contingentes que arriban para la caza de palomas.

Según los operadores cinegéticos la caza de paloma es un argumento de venta, este alcanza a un segmento de alto poder adquisitivo que deja recursos donde va, generalmente no se mueven mucho de la zona donde se instalan dentro de Córdoba, pero si visitan otros atractivos que ofrecen otras provincias.

Existen tres sub-segmentos de turismo cinegético que se definen en función de las necesidades y características de la demanda y la oferta que les es afín:

¹⁰ Reforma de la Ley 20429 "Ley Nacional de Armas y Explosivos", Año 2005.

Clasificación	Tipo de Demanda	Oferta Tipo
Segmento de alta sofisticación	De alto nivel adquisitivo y altamente exigentes de la calidad de los servicios cinegéticos y turísticos	<p>§ Expediciones organizadas de manera profesional.</p> <p>§ Cotos de caza con prestigio y calidad que garantizan la obtención de piezas de alto valor aspiracional.</p> <p>§ Servicios de alojamiento, alimentación, guías y transporte de alta categoría.</p>
Segmento deportivo	Con alto grado de especialización buscan piezas específicas por lo que tienen alta movilidad	<p>§ Expediciones independientes u organizadas a la medida.</p> <p>§ Espacios turísticos de estilo rústico.</p> <p>§ Piezas con mayor nivel de dificultad y características determinadas.</p> <p>§ Asesoría de guías locales independientes.</p>
Segmento semi-informal	De menor poder adquisitivo y menor grado de exigencia	<p>§ Expediciones independientes a sitios cercanos.</p> <p>§ Espacios de caza de amigos y conocidos con piezas disponibles.</p> <p>§ Servicios turísticos no indispensables.</p>

Estos segmentos se presentan tanto en el mercado nacional como extranjero y el comportamiento de los cazadores es consistente en ambos. Sin embargo, el segmento semi-informal es más característico de la demanda nacional.

La Cámara de Turismo Cinegético proporcionó en el Año 2006 a la Secretaría de Turismo los siguientes datos acerca de algunas de las principales características del segmento de cazadores que visitan la provincia de Córdoba, solo en base a la experiencia y conocimiento del sector.

La TUCICOR estima que un 60 % de los cazadores que arriban a la provincia, poseen más de 45 años de edad, lo que coincide con la percepción generalizada de que el segmento de turismo cinegético está envejeciendo.

Prácticamente el 70% tiene estudios universitarios, la escolaridad de los viajeros, tiene una influencia determinante en la exigencia de servicios turísticos y cinegéticos.

En su mayoría los cazadores son profesionales, esto indica que son de una alta clase social y poseen un muy buen nivel socio económico, y por lo tanto disponen de dinero para gastar.

6.4 Análisis de la Competencia Turística Cinegética

El estudio de competitividad mundial¹¹ elaborado por España señala que el mercado internacional se divide en tres grupos:

- ⊕ Países con economías cinegéticas desarrolladas: Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Japón.
- ⊕ África austral, tropical y oriental.
- ⊕ Países emergentes en el mercado como México, Colombia, Argentina Uruguay y Paraguay.

Los primeros son países altamente consumidores y representan la mayor parte del mercado internacional, pero que generalmente cazan en su región de origen lo que evidencia que el turismo cinegético, al igual que la mayoría de los movimientos turísticos internacionales, es primordialmente intraregional.

Un caso especial lo constituyen las diferentes regiones de África que son fundamentalmente receptoras y que poseen la oferta más atractiva para la cual no hay productos sustitutos en el mercado internacional, y su oferta se dirige a un nicho muy especializado, que en conjunto no representan un porcentaje significativo del total de cazadores a nivel mundial.

¹¹ Renatur, S.A. Recursos Naturales, Otero, Carlos. "Turismo Cinegético en España". Madrid España. Julio 1993.

Finalmente el grupo de países emergentes, entre los que se encuentra Argentina, representan la mayor competencia para el turismo no especializado de larga distancia y que resultan con ofertas similares tanto en las características de sus especies de aprovechamiento como en su producto turístico complementario.

Competencia Nacional

La caza en Argentina se practica en territorios vastos y agrestes. Cuenta con una numerosa fauna autóctona, pero en su mayoría son especies protegidas (ciervo de los pantanos, gato montés, gato onza, guanaco, jaguar, venado de la pampa, tapir, vicuña, yacaré, etc.), por lo que los reyes de la caza mayor son las especies importadas como el ciervo rojo, jabalí europeo, ciervo axis, antilope negro, búfalo de agua, cabras salvajes y gamo. En cuanto al puma, su caza se realiza de noche en apostaderos o acosándole con perros.

En caza menor son muchas las especies existentes que pueden proporcionar unas magníficas jornadas cinegéticas. Como ejemplo, citar que existen 16 especies de inambúes (mal llamadas perdices) y 35 de anátidas, un verdadero paraíso, como patos silvestres, gansos salvajes, etc., y otras muchas aves de interés cinegético como tórtola, avutarda, pava de monte, charata, palomas, becquinas, etc. Las más atrayentes son los inambúes, principalmente la perdiz chica, con cuatro variedades, la martineta común o copetona, la perdiz colorada o martineta colorada y la montaraz. Además de aves, también es posible abatir liebres europeas, o de Castilla, y vizcachas.

La Cámara de Turismo Cinegético de Córdoba no cuenta con información específica para afirmar de la existencia de mejores ofertas de caza menor (específicamente de con pluma) en otras provincias del país. Lo que este ente demarca es que se nota un incremento de inversiones de hotelería para recibir esta clase de turismo en provincias vecinas tales como Entre Ríos, Santiago del Estero, Salta, San Luis y Buenos Aires, también en los países limítrofes de Uruguay, Paraguay y Bolivia.

Cabe destacar que en los lugares mencionados anteriormente, las ventajas que obtiene el cazador son: costos de licencias, ingreso de armas e impuestos menores que en la Provincia de Córdoba.

Además una desventaja para Córdoba, es que las provincias mencionadas anteriormente cuentan con apoyo gubernamental, aspecto que la provincia carece, ya que la actividad cinegética nunca tuvo de parte del Gobierno apoyo promocional, subsidios ni exenciones impositivas. Las promociones comerciales dependen de cada empresa privada en particular. Tampoco el Estado cuenta con una estrategia de comercialización sólida, ya que no existe al momento un plan de turismo cinegético.

7 Diagnóstico

7.1 FODA

El análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, conocido como FODA, permitirá conformar un cuadro de la situación actual del destino en cuestión, permitiendo de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acerca de las acciones concretas a recomendar al sector público y privado, para lograr el desarrollo del turismo cinegético.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> § Existencia de un Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia de Córdoba. § Ubicación geoestratégica de la zona de estudio. § Clima privilegiado y ambientes variados (llanuras, médanos, sierras, montes, lagunas, ríos, arroyos). § Diversidad de especies florísticas. § Variedad y gran cantidad de fauna autóctona con valor cinegético. § Presencia de una amplia cantidad de estancias y establecimientos rurales que presentan todas las condiciones para el potencial desarrollo de turismo cinegético. § Presencia del Aeropuerto Internacional Ing. Taravella, como así también del Aeropuerto provincial Área Material Río Cuarto, ubicado en Las Higueras. 	<ul style="list-style-type: none"> § Posicionamiento internacional de la Provincia como un destino de caza de palomas. § Política cambiaria favorable para extranjeros. § Gran afluencia de Turismo cinegético internacional (EEUU y Europa grandes mercados), fuente generadora de ingresos y desarrollo. § Amplia variedad y riqueza de fauna cinegética en el sur de Córdoba, poco aprovechada.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> § Ausencia de un programa de desarrollo de turismo cinegético en el Sur de Córdoba. 	<ul style="list-style-type: none"> § Inestabilidad política y económica de Argentina. § Repercusión económica de la Crisis mundial en el segmento

<p>§ Inexistencia de Operadores y cotos cinegéticos en la zona de estudio.</p> <p>§ Falta de conciencia turística y ambiental de la población.</p> <p>§ Falta de conexión aérea con otras provincias.</p> <p>§ Falta de coordinación y comunicación entre la Cámara de Turismo Cinegético, la Secretaría de Ambiente y la Agencia Córdoba Turismo.</p> <p>§ Oferta de alojamiento escasa y no categorizada para dicho segmento.</p> <p>§ Desconocimiento del mercado meta.</p> <p>§ Ineficaz señalización vial en las rutas de nacionales y provinciales, que cruzan el área de estudio.</p> <p>§ Tasas impositivas altas para cazadores y propietarios de establecimientos (licencias para cazar, permisos de armas, registros de campos, etc.).</p> <p>§ Falta de agilidad de los organismos de aplicación para realizar trámites específicos en este sector.</p>	<p>objetivo: EEUU y Europa.</p> <p>§ Competencia cinegética con las provincias de San Luis, Salta, Santiago del Estero, Santa Fé, Entre Ríos y La Pampa.</p> <p>§ Competencia cinegética con los países limítrofes de Uruguay, Paraguay y Bolivia.</p> <p>§ Surgimiento de otros destinos (nacionales o limítrofes) que desvían los flujos turísticos actualmente recepcionados por la provincia.</p>
---	---

7.2 Conclusiones del FODA

La excepcional ubicación de la provincia de Córdoba la ha convertido en un destino fácilmente accesible al turismo interno. Se encuentra en el centro del territorio nacional, entre rutas nacionales que la conectan con las demás provincias. Al mismo tiempo, es el eje privilegiado de la ruta del MERCOSUR, vinculando de tal modo a Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile.

Internamente, la conectividad está garantizada por la red vial nacional y provincial (primaria, secundaria, terciaria) que permite acceder a los diversos destinos y sistemas de recursos. Sin embargo, el estado del sistema vial no siempre permite las mejores condiciones de accesibilidad y señalización, requiriendo por lo tanto de obras nuevas y de mejoramiento para su optimización.

Por otro lado, Córdoba posee un Aeropuerto Internacional llamado Ing. A. Taravella, ubicado en la capital de la misma. En él operan líneas aéreas como Aerolíneas Argentinas, Lan Chile, Copa Airlines, Pluna aliada con American Airlines, Gol, Lloyd Aéreo Boliviano, Andes y Sol Líneas Aéreas. Por medio de ellas arriban turistas de diversos países, principalmente del segmento cinegético de EEUU, Europa y México.

En la zona de estudio existe además, el Aeropuerto del Área Material Río Cuarto de las Higueras en el que actualmente opera sólo la empresa Sol Líneas Aéreas, conectando a esta zona con San Luis y Buenos Aires. Aunque es relevante mencionar que no existen vuelos directos de Córdoba a Río Cuarto, lo que sería importante considerar para unir internacionalmente a esta región. En este sentido, se hace necesario enfatizar la necesidad de mejorar la accesibilidad aérea, con la adecuación y recuperación de este aeropuerto, como así también concertar nuevas políticas de vuelos nacionales a fin de garantizar esquemas de vinculación directa entre Córdoba y otras provincias y países.

Por otro lado, un aspecto positivo a destacar es que esta zona se encuentra a pocos kilómetros de grandes centros urbanos, que generalmente son las capitales de los departamentos, como así también de atractivos turísticos naturales y culturales de la provincia, lo cual redundaría para el cazador en un beneficio ya que el tiempo de traslado es relativamente corto y le permite realizar visitas a los mismos. A su vez, de esta forma se puede aprovechar para incrementar la estadía, ofreciendo en el programa de cacería excursiones opcionales.

En cuanto al impacto económico que produce este segmento específico de turismo, la Cámara de Turismo Cinegético de Córdoba estima que anualmente llegan a la provincia (a la Zona Norte y Este) unos 9.800 extranjeros por año para la cacería de la paloma dorada, dejando entre 22 y 27 millones de dólares (considerando el precio del tour más los gastos extras). De esta manera, si bien Córdoba no es un destino comúnmente visitado por los extranjeros, es necesario destacar que el turismo cinegético vinculado a la caza de la paloma representa más del 10% del turismo receptivo internacional de nuestra provincia.

El auge de la actividad se produjo en el año 2005 pero debido al aumento de aranceles a los cazadores, tasas impositivas altas para propietarios de establecimientos cinegéticos y problemas con el tráfico aéreo, actualmente la provincia corre el riesgo de perder el liderazgo en esta actividad ya que otras como San Luis, Santiago del Estero, Santa Fe y La Pampa están comenzando a captar el mercado objetivo, ofreciendo a éste ventajas comparativas en cuanto a precios y a especies de caza mayor. Por lo tanto, se deberían reconsiderar seriamente éstas debilidades e implementar una estrategia para aprovechar la gran afluencia de turistas cinegéticos, promocionando la zona sur de nuestra provincia y ofrecer a los cazadores nuevas alternativas de especies de caza menor y mayor. De esta forma se lograría la desconcentración turística de las zonas Norte y Este las que actualmente son las únicas que presentan índices de desarrollo y

explotación. Se otorgaría entonces la posibilidad de desarrollo económico a otras regiones de la provincia y fundamentalmente a la zona de estudio.

Al mismo tiempo es necesario considerar que el gobierno provincial no posee un sistema fidedigno de datos que le permita conocer fehacientemente la cantidad y características de la demanda de cazadores residentes e internacionales. Esto provoca que no se logre implementar una estrategia comercial integrada y que los esfuerzos en promoción no alcancen los resultados deseados.

Por su parte, la TUCICOR señala tanto la poca agilidad de los entes encargados de esta actividad para realizar trámites cinegéticos, como algunas falencias en lo que respecta a aspectos de comunicación y coordinación entre la Agencia Córdoba Turismo, Ambiente y esta Cámara que representa el sector.

En cuanto a lo que respecta a la zona de estudio, conformada por los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Saénz Peña y General Roca, poseen una gran agriculturación de sus tierras en donde la soja ha tomado protagonismo en comparación a los demás cultivos y también con respecto a la actividad ganadera. Esto trajo aparejado que los propietarios de dichos establecimientos provoquen el desmonte de especies de árboles y arbustos autóctonos (tales como el calden) en beneficio de un monocultivo que produce ingresos altos a corto plazo pero consecuencias negativas a lo largo del transcurso del tiempo. A pesar de ello, esta extensa región, aun posee amplias y variadas superficies naturales que cuentan con flora y fauna propicia para el desarrollo de actividades cinegéticas. Es posible otorgar mayor importancia cinegética a la zona de Lagunas y Fortines, la región que se encuentra entre el departamento de Río Cuarto límite con San Luis, y el departamento de General Roca, fundamentalmente en los márgenes del Río Quinto.

En las áreas que se acaban de mencionar existen grandes estancias como así también pequeños establecimientos rurales que poseen características propicias para desarrollar la práctica de caza menor con especies autóctonas y, al mismo tiempo, ofrecen lo requerido para la instalación de cotos de caza mayor. Además es relevante considerar que estos campos poseen, en su mayoría, grandes cascos de estancia con disponibilidad de varias habitaciones que posibilitarían el alojamiento de los cazadores. Se pueden mencionar algunas de ellas, entre las más conocidas: Estancia San Rafael, La Montara, Laguna Oscura, Los Chañares, La Panchita, El Mataco, Villa Amelia, La Macarena, entre otras. La mayoría otorga permisos y autoriza a cazadores a realizar esta actividad en sus tierras. Actualmente no hay registro oficial de que existan cotos de caza en dicha zona. Por otra parte, en base al relevamiento realizado, se puede poner en evidencia que existen actualmente establecimientos de alojamiento rurales, tales como La Isabella, El Tatilo, El Jaque, Mamay Huifelen, Los Barrancos, Las Lajas, Los Baguales y Don San Santiago. De ellos sólo la mitad ofrece, en su oferta turística, la práctica de caza menor de una manera muy espontánea y no planificada. Es importante mencionar que estos establecimientos no se encuentran categorizados, lo que genera al visitante un sentimiento de desconfianza sobre los servicios y calidad de lo contratado. Aunque sí presentan las infraestructuras, instalaciones y equipamientos necesarios, por lo que

se podrían incorporar dentro de la oferta turística destinada a este segmento de visitantes.

A pesar de las grandes posibilidades que ofrece esta región, actualmente no está siendo explotada turísticamente como corresponde. No existe al momento un Programa gubernamental de Desarrollo de Turismo Cinegético, como así tampoco hay indicios de proyectos a nivel municipal del área en cuestión. Esto trae aparejado que los pocos establecimientos que se dedican de una manera parcial a la actividad cinegética no le otorguen importancia a esta potencial fuente de ingresos. A ello se le suma la ausencia de una política de fomento e inversión turística en la totalidad del sur de Córdoba.

Si bien se hizo mención de la ausencia de un programa de Turismo Cinegético, es importante destacar como una relevante fortaleza que la provincia cuenta con un Plan Estratégico de Turismo Sustentable que se constituye en una herramienta de planificación integrada de la actividad turística provincial, éste deja abierta la incorporación de nuevos programas de desarrollo de diversas categorías de turismo.

En síntesis, y a partir de todo lo expuesto anteriormente, se considera que la zona de estudio presenta las condiciones naturales propicias y un alto potencial para el desarrollo del turismo cinegético. En cuanto a las debilidades que se mencionaron, pueden abordarse gradualmente con la elaboración y ejecución de un programa que se propondrá en el presente trabajo y que tiene como fin el desarrollo de turismo cinegético para la zona de estudio, contando con el apoyo y la participación de todos los actores pertenecientes al sector turístico ya sea público como privado. Éste estará basado en los objetivos, lineamientos y principios del Plan Federal de Turismo de nuestro país y especialmente en el Plan Turístico de Córdoba. Para que sea implementado se deberá presentar a la Agencia Córdoba Turismo como una herramienta de desarrollo de turismo y lograr su aprobación para que, cuando ésta lo disponga, dicho programa sea incorporado al Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la provincia. Es así como se contará con el apoyo y la financiación necesaria para la ejecución, control y revisión.

8. Propuesta de Intervención

A continuación se presenta la propuesta de intervención que se basa en un Programa de Desarrollo Turístico Cinegético para el Sur de la Provincia de Córdoba, el mismo será presentado en un futuro a la Agencia Córdoba Turismo, para que ésta evalúe su incorporación dentro del Plan de Turismo Estratégico Sustentable de la Provincia.

Antes de esbozarlo, es conveniente destacar que dicho programa posee como pilares las premisas de Calidad, Competitividad y Sustentabilidad. De esta manera la zona de estudio podrá desarrollarse con:

Sustentabilidad Ambiental, de forma que haya un respeto y preservación de los recursos turísticos y, en general del medio ambiente, que siga haciendo posible el desarrollo socioeconómico de las generaciones futuras.

Equidad Social, de manera que se distribuyan los beneficios equitativamente entre la población local y se minimicen los impactos sociales negativos asociados con el desarrollo turístico de la región.

Concertación, incluyendo en la toma de decisiones la participación ciudadana, de los diferentes sectores turísticos locales, públicos y privados, y se considere la opinión de los visitantes y turistas.

Rentabilidad Económica, se desarrollen actividades turísticas cinegéticas que sean económicamente productivas ahora y en el futuro.

Y competitividad nacional e internacional del destino, entendida como productividad eficiente, es decir, como la capacidad de generar bienes y servicios turísticos minimizando los costes de todo tipo que puedan producirse y maximizando todos los beneficios que puedan obtenerse. Pero para ello es fundamental la mejor diferenciación y satisfacción de las expectativas y demandas de los actuales y potenciales visitantes, respecto a otros que ofrezcan los mismos o similares bienes y servicios.

Por otro lado, es importante también, enfatizar sobre los siguientes aspectos:

a) Coordinación

Se pretende articular los recursos con los que cuentan los organismos públicos. Deberían participar todos los organismos con competencias en la temática. No se propone generar nuevos presupuestos en estructuras burocráticas, sino que se pretende optimizar el gasto público, pues es muy frecuente que en la intervención territorial diversos organismos compitan por la jurisdicción del tema en lugar de coordinar la gestión.

El presente programa deberá gestionarse de manera mixta, involucrando al sector privado comprometido en el desarrollo del turismo cinegético. El papel del Estado debe ser el de establecer los lineamientos, y hacer cumplir cada uno de los ejes temáticos del programa, con el apoyo de todos los sectores intervinientes.

b) Sensibilización

Las primeras acciones que deberían desarrollarse antes de llevar a cabo dicho programa son las de sensibilización, es decir que la población local descubra sus propios recursos y acepte o no dedicarse a la actividad. Debe hacer su propio análisis estratégico. Son numerosos los productores y organizaciones que están en condiciones de iniciarse si cuentan con un mínimo apoyo.

Conferencias, talleres participativos, reproducción de experiencias exitosas, son algunos de los instrumentos que motivan a los potenciales interesados en incorporarse a la actividad.

Debe trabajarse con un público variado, teniendo en cuenta todos los intereses que se mueven en el ámbito cinegético y todas las visiones posibles del tema.

c) Asociativismo

La formación de grupos y organizaciones de propietarios rurales y otros agentes interesados en la temática constituye la primera acción que se debe fomentar, antes de la implementación del programa. Aunque al inicio no es necesario que se formalicen jurídicamente, sí es importante que se cree una organización con responsables que asuman la representatividad de grupo.

d) Capacitación

El turismo es una actividad en general desconocida para los agentes económicos de las zonas rurales. La prestación de servicios no es lo que los actores del mundo rural saben hacer. La capacitación es el pilar fundamental para el desarrollo del turismo cinegético.

e) Asistencia técnica

Para poner en marcha dicho programa y que a través del asociativismo se desarrolle una política de calidad, es necesario que los integrantes de la sociedad cuenten con adecuada asistencia técnica.

En general, los organismos oficiales del sector cinegético pueden colaborar, ya que es ésta una de sus tareas fundamentales, pero es conveniente que flexibilicen las características que deben tener los instructores, se debe priorizar la formación adecuada para asesorar sobre este tipo de turismo. En este caso se debería armar un grupo de capacitadores multidisciplinar conformado por licenciados en turismo, cazadores profesionales, administradores, propietarios de cotos cinegéticos, y profesionales pertenecientes a la Agencia Córdoba Turismo y Ambiente.

Estructura del Programa

El Programa se constituye en cuatro Subprogramas fundamentales, de cada uno de éstos se desprenden diversos ejes, como así también las acciones necesarias y correspondientes para llevar a cabo el cumplimiento del objetivo principal del mismo.

Se propone una descripción general y el tiempo estimado de ejecución de cada una de las acciones a implementar. La periodificación se ha realizado a través de intervalos, este mecanismo no considera el tiempo exacto, pero vale aclarar que es un sistema muy práctico que facilita el agrupamiento. Los intervalos se presentan a continuación:

- ⊕ Corto plazo: Entre 1 y 3 años, es decir, de 2010 a 2013.
- ⊕ Medio plazo: Entre 3 y 6 años, es decir, de 2013 a 2019.
- Largo plazo: Entre 6 y 10 años, es decir, de 2019 a 2029.

Por otro lado, para establecer el costo se utilizó el mecanismo mencionado anteriormente. Se prefirió como moneda al dólar ya que es de carácter fijo y presenta menores signos de devaluación que el peso argentino. Los intervalos que se han elegido son los siguientes:

- Pequeña Inversión: 0 a 15.000 U\$S.
- ⊕ Medio Bajo: 15.001 a 90.000 U\$S.
- ⊕ Medio Alto: 90.001 a 180.000 U\$S.
- Gran Inversión: más de 180.000 U\$S.

A continuación se presenta un esquema sintético del Programa, luego el mismo se abordará en detalle en las páginas sucesivas.

- I. Título
- II. Propósito del programa de desarrollo turístico cinegético
- III. Subprograma 1: Inversión

Eje A Infraestructura de comunicación

1. Señalización de las rutas turísticas de la zona.
2. Optimización del servicio de transporte aéreo.
3. Mejora de las infraestructuras de comunicación.

Eje B Desarrollo y reactivación del sector agrícola- ganadero, industrial y empresas a fines.

1. Impulsar la creación de industrias, micro emprendimientos y empresas vinculadas al sector cinegético.

- IV. Subprograma 2: Desarrollo Oferta Turística

Eje A. Infraestructura de alojamiento rural y/o coto cinegético.

1. Incentivar el desarrollo y la creación de cotos cinegéticos en las estancias rurales.
2. Crear un área de consultoría técnica de inversión.
3. Categorizar los alojamientos rurales de la zona.
4. Impulsar la creación de empresas turísticas complementarias.

V. Subprograma 3: Organización del Sector Turístico Cinegético

Eje A Ente mixto de representación de Turismo Cinegético

1. Implementar un plan de concientización.
2. Creación de un Ente Mixto a cargo del Programa.

Eje B Modelo de gestión sustentable para el desarrollo de Turismo Cinegético.

1. Capacitación y concientización turística medioambiental e importancia del turismo.
2. Incrementar el control de Poder de Policía que posee la Agencia Córdoba Ambiente.

Eje C Sistema de información, control y seguimiento del sector cinegético.

1. Diseñar y aplicar una encuesta de demanda cinegética.
2. Conformar un área de ejecución y control del sistema de información.

Eje D Ente representativo de la Cámara de Turismo Cinegético en la zona.

1. Creación de un ente representativo de la Cámara de Turismo Cinegético en la zona.
2. Rever el sistema tarifario de aranceles para el sector cinegético.

Eje E Red de alojamientos rurales.

1. Impulsar la participación y la unión por parte de propietarios representantes de alojamientos y estancias rurales.
2. Incentivar a los cotos cinegéticos que posiblemente se conformarán a unirse a la red

Eje F Coordinación y fortalecimiento de las relaciones institucionales entre comunidades, dependencias gubernamentales, organizaciones y asociaciones sin fines de lucro.

1. Impulsar la organización de charlas de capacitación y debates para fomentar la participación de los organismos de representación del sector cinegético.

Eje G Formación y profesionalización.

1. Realización de cursos de capacitación de diversas temáticas turísticas.

VI. Subprograma 4: Marketing del Destino Turístico

Eje A Promoción y Comercialización

1. Crear un área de marketing dentro del ente mixto cinegético.
2. Efectuar una Investigación de Mercado y definir los mercados objetivo.
3. Diseñar un Producto Turístico Cinegético.
4. Elaborar un manual de identidad corporativa del destino.
5. Delinear un Plan de Comunicación y Comercialización.
6. Diseñar un Plan e-marketing.
7. Crear un calendario anual de eventos cinegéticos.
8. Presentar públicamente el Plan de marketing turístico.

VII. Fuentes de Financiación

I. Programa de Desarrollo Turístico Cinegético

II. Propósito:

Promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística cinegética de los departamentos de Río Cuarto, General Roca, Juárez Celman y Presidente Roque Sáenz Peña, mediante procesos integradores y concertados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo que mejore la calidad de vida de la población local, garantizando la valoración y conservación del patrimonio natural, cultural e histórico de dicha región.

III. Subprograma 1: Inversión

Tiene por objetivo contribuir al desarrollo integral del sector turístico del territorio objeto de estudio a través de una mejora de las infraestructuras de accesibilidad y acogida, como así también fomentar la reactivación económica a través de la generación de nuevas fuentes de trabajo.

Eje A Infraestructura de comunicación

Trata de desarrollar las infraestructuras que suministran la comunicación y facilitan al turista la llegada desde su origen, como así también su movimiento por el territorio (localización de las estancias rurales y recursos turísticos del lugar.)

1. Señalización de las rutas turísticas de la zona

Promover el desarrollo de la señalización de los principales recursos turísticos de la región. Para esto, previamente será necesario realizar un relevamiento de los atractivos turísticos naturales, culturales e históricos de la zona, tanto como de las estancias rurales existentes indicando su ubicación y demás aspectos de relevancia. A partir de aquí será posible proponer luego la creación de una ruta turística con un eje temático y valor simbólico cinegético.

La señalización mencionada permitirá al visitante identificar dichos recursos y su importancia, así como información útil para la visita. También facilitará su accesibilidad. Se deberían destacar fundamentalmente los núcleos urbanos de interés, las Sierras de los Comechingones y la región de Lagunas y Fortines.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Medio Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Medio – Alto.

2. Optimización del servicio de transporte aéreo

Propiciar la mejora del servicio aéreo, logrando así mayor conectividad del área de estudio con el resto de las provincias y países. Se debería, en primer lugar, adecuar y

poner en condiciones técnicas al Aeropuerto del Área Material de Las Higueras para que pueda operar correctamente. Luego, mediante convenios con empresas nacionales aéreas, se puede plantear una estrategia gradual en tiempos, horarios y temporadas como experiencia piloto. Si esto es factible se deberán firmar acuerdos para que estas empresas ofrezcan sus servicios de manera periódica en la región. Una vez consolidada la conectividad a nivel país, se llevará a cabo una propuesta para incentivar a empresas aéreas internacionales con la intención de que operen en dicho destino.

Tiempo de Acción: **Largo Plazo.**
Coste de Acción: **Gran inversión.**

3. Mejora de las infraestructuras de comunicación

Promover la mejora e instalación de las infraestructuras de comunicación correspondientes para que posibiliten la televisión por cable, conexiones a Internet Banda Ancha y la ampliación de cobertura de telefonía móvil a todos los municipios de la región.

Tiempo de Acción: **Medio Plazo.**
Coste de Acción: **Gran inversión.**

Eje B Desarrollo y reactivación del sector agrícola- ganadero, industrias y empresas a fines

Este eje tiene como fin crear fuentes de trabajo para la comunidad residente fomentando, entre otras cosas, la recuperación de antiguos oficios y, al mismo tiempo, la reactivación económica del sector agrícola-ganadero, industrial y de servicios relacionados con el sector turístico cinegético. El cumplimiento de este subprograma quedará a cargo del gobierno provincial con el apoyo de los municipios integrantes de la zona en cuestión.

1. Impulsar y desarrollar la creación de industrias, microemprendimientos y empresas vinculadas al sector cinegético

Ofrecer asesoría y capacitación, créditos e incentivos a través de una política de reactivación de industrias relacionadas con la manufactura de productos de cacería (tales como talabarterías, curtiembres, taxidermias, producción artesanal, gastronomía típica y regional, artículos y accesorios utilizados por cazadores, etc.) y también todo tipo de servicio especializado en el rubro.

Tiempo de Acción: **Largo Plazo.**
Coste de Acción: **Medio Alto.**

IV. Subprograma 2: Desarrollo Oferta Turística

Este subprograma tiene por objetivo contribuir al desarrollo de la Oferta Turística del territorio del Sur de la Provincia de Córdoba, principalmente de la región de estudio.

Eje A. Infraestructura de alojamiento rural y/o coto cinegético

Se debe llevar a cabo un desarrollo infraestructural de alojamiento cinegético en campos y estancias de la zona, ya sea a través del reacondicionamiento de establecimientos existentes (adecuando sus instalaciones a lo requerido por el segmento de cazadores), como así también fomentando la creación de nuevos establecimientos rurales de caza menor y mayor. Por otra parte, es muy importante lograr a largo plazo una oferta de calidad en cuanto a los demás servicios turísticos complementarios.

1. Incentivar el desarrollo y la creación de cotos cinegéticos en las estancias rurales

Propiciar la creación de cotos cinegéticos de caza mayor y menor en establecimientos rurales que cuenten con las condiciones necesarias para su instalación. Posteriormente se llevará a cabo un relevamiento, estudio y análisis para evaluar cuáles son las estancias potenciales. A partir de esto se presentará una ordenanza para implementar una política de fomento de inversiones a nivel regional que cuente con el respaldo del gobierno provincial y nacional.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Largo Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Medio Alto.

2. Crear un área de consultoría técnica de inversión

Es necesario contar con un cuerpo de personas capacitadas que integren esta área y se encarguen de todas las tareas necesarias y relacionadas con las futuras inversiones de alojamiento, guiando a los posibles inversores en aspectos de financiación, leyes, ordenanzas arquitectónicas de construcción, etc., logrando de esta manera un desarrollo con respaldo y asesoría.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Corto Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

3. Categorizar los alojamientos rurales de la zona

Para llevarlo a cabo se debería, en principio, incentivar el reacondicionamiento de alojamientos rurales ya existentes para lograr la categorización turística pertinente. Para esto será necesario previamente realizar un relevamiento de sus instalaciones, equipamientos, servicios básicos y complementarios lo que permitirá determinar la

categoría correspondiente de acuerdo a la Ley de Alojamiento de la Provincia de Córdoba. También se puede proponer un sistema innovador de categorización rural - cinegética más específico teniendo en consideración las prestaciones singulares que ofrecen estos establecimientos al cazador.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Medio Alto.

4. Impulsar la creación de empresas turísticas complementarias

Relevar las empresas turísticas existentes, evaluar la oferta en cuanto a sus productos y servicios y fomentar planes para la mejora de la calidad de sus prestaciones. Esto involucra a operadores turísticos, agencias de viajes receptivas y emisivas, restauración, alojamientos de categoría superior, transportación, centros de traductorado, comercios, casinos, etc. A partir de esto se identificarán las necesidades turísticas insatisfechas que serán abordadas a partir de la creación de nuevas empresas complementarias.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Medio Alto.

V. Subprograma 3: Organización del Sector Turístico Cinegético

El mismo tiene por objetivo la vertebración del sector turístico mediante diferentes acciones a implementar desde el gobierno provincial y principalmente desde los municipios participantes del proyecto, contando con el apoyo de integrantes del sector privado como así también de la comunidad residente. La finalidad es constituir un modelo sólido y eficiente de gestión turística que permita tomar las decisiones acertadas y lograr la competitividad del destino orientado al turismo cinegético.

Eje A Ente mixto de representación de Turismo Cinegético

Para gestionar el destino es imprescindible aunar y coordinar esfuerzos mediante la articulación, consenso y concertación entre el sector turístico público y privado, favoreciendo así el éxito de ambos sectores.

1. Implementar un plan de concientización

Estará dirigido a promover la concientización de los integrantes del sector turístico cinegético (tanto público como privado) acerca de la necesidad y beneficios de un órgano permanente de gestión concertada del destino.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Pequeña Inversión.

2. Creación de un Ente Mixto a cargo del Programa

El mismo se ocuparía de la gestión, dirección, implementación y supervisión del Programa de Desarrollo Turístico Cinegético pero principalmente favoreciendo un trabajo articulado con la Agencia Córdoba Turismo y la Secretaría de Ambiente.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Medio Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

Eje B Modelo de gestión sustentable para el desarrollo de Turismo Cinegético

La distribución equitativa de los beneficios debería ser constantemente tomada en consideración a través de este modelo, con la intención primordial de evitar la concentración de los ingresos entre unos pocos.

Más allá de esto es relevante considerar que si bien el Turismo Cinegético origina un impacto económico positivo, desde la perspectiva ambientalista es ampliamente cuestionado.

Por esta razón el desarrollo del Turismo Cinegético se deberá concretar dentro de un marco de sustentabilidad (base de todas las decisiones de un programa de desarrollo), por lo que sería propicia su promoción desde el Estado, enfatizando el uso racional y la conservación de los recursos naturales, flora y fauna. Se establecería entonces un marco normativo municipal regido por la Ley de Ambiente Nacional y Provincial con los ajustes pertinentes en función de las características del municipio.

Además, para que desde un principio se emprenda la gestión de una manera ética y responsable, se debería conseguir la aceptación y el apoyo de los residentes. Estos últimos también deberán ser considerados y consultados frente a la diversidad de decisiones que se tomen al respecto.

1. Capacitación y concientización turística medioambiental e importancia del turismo

La concientización turística de la población local tendería a propiciar la reflexión en torno a los beneficios (directos e indirectos) que aporta el turismo cinegético para todos. De esta manera se obtendría el apoyo de la población residente para llevar a cabo esta actividad, que en muchas oportunidades manifiesta su rechazo y oposición.

Para esto se deberá propiciar una concientización a través de diferentes medios de comunicación, buscando las estrategias para llegar a cada uno de los integrantes de la sociedad. Esta capacitación y concientización se llevará a cabo de manera continua y a largo plazo.

Tiempo de Acción: Largo Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

2. Incrementar el control de Poder de Policía que posee la Agencia Córdoba Ambiente

Una vez que se comience a explotar turísticamente la zona, se deberá incrementar el control y supervisión para que la actividad cinegética se realice dentro del marco legal establecido y, de esta manera, no se efectúe el uso irracional de los recursos naturales.

Tiempo de Acción: Corto Plazo.

Coste de Acción: Pequeña Inversión.

Eje C Sistema de información, control y seguimiento del sector cinegético

El seguimiento, control y adecuación de las estrategias de marketing turístico requieren de información actualizada y rigurosa de la demanda. Es por esta razón que se propone crear un sistema de información.

1. Diseñar y aplicar una encuesta de demanda cinegética

La encuesta estará destinada a recabar información específica de los cazadores internacionales que vienen a la provincia. Contemplará aspectos referidos al lugar de origen, nivel socio-educativo, sexo, edad, características del servicio, entre otros. Dicho instrumento de recolección, deberá ser de carácter obligatorio, realizándose en conjunto con los trámites migratorios de ingreso.

Tiempo de Acción: Largo Plazo.

Coste de Acción: Pequeña Inversión.

2. Conformar un área de ejecución y control del sistema de información

Dentro del ente mixto, conformar un área de profesionales públicos, como así también propietarios privados pertenecientes al ámbito cinegético que tendrán como función ejecutar y controlar el presente sistema de información cinegético. A su vez éstos, se encargarán de elegir los medios de comunicación adecuados para transmitir información actualizada y pertinente de la actividad a todos los sujetos intervinientes y relacionados con el sector.

Tiempo de Acción: Largo Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

Eje D Ente representativo de la Cámara de Turismo Cinegético en la zona

Es fundamental contar con un organismo que represente a la TUCICOR en el Sur de la Provincia de Córdoba.

1. Creación de un ente representativo de la Cámara de Turismo Cinegético en la zona

La creación de dicho ente estaría orientada a lograr que todas las gestiones comerciales, informativas e institucionales que involucran al sector cinegético, se realicen de una manera más práctica, sencilla y ágil. Otra razón que justifica esta propuesta tiene que ver con que éste ente podría actuar como intermediario entre el sector público y privado. Además es importante destacar que para promover la creación de cotos cinegéticos en esta zona se va a necesitar del apoyo técnico a partir del mismo, se impartirán las capacitaciones inherentes a la temática afín.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Medio Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

2. Rever el sistema de tarifario de aranceles para el sector turístico

La actividad del ente tendrá que ver con el control y ajuste apropiado de aranceles impuestos por el RENAR y la Secretaría de Ambiente para el sector cinegético en general, como así también propiciar los mecanismos necesarios para enfatizar la practicidad y rapidez en lo que respecta a la tramitación necesaria y obligatoria para los cazadores.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Medio Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

Eje E Red de alojamientos rurales

Actualmente se evidencia una tendencia de alianza de esfuerzos empresariales frente al inestable contexto socio-económico. Es por esta razón que muchos establecimientos hoteleros forman redes y asociaciones para llevar a cabo una gestión mancomunada de todos los aspectos relacionados con la promoción de este tipo de oferta turística, en especial en cuanto a: tramitación centralizada de reservas, diseño y edición de material publicitario, campañas de promoción, entre otros.

Por otra parte se elaboran contratos y normas de calidad homogéneas de aplicación obligatoria para todos los asociados y se los asesora respecto a los siguientes aspectos: equipamiento, acondicionamiento, decoración, gestión interna, subvenciones y demás apoyos económicos.

Este tipo de red favorece la gestión de los Alojamientos Rurales, tanto a nivel de explotación individual como en el ámbito local, también por medio de actividades de formación, encuentros profesionales, elaboración de materiales informativos, intercambios interregionales e internacionales. Al mismo tiempo, se constituye en una modalidad de representación de intereses profesionales y comerciales de los asociados

frente a terceros y también fomenta ventajas comparativas que un establecimiento por sí solo nunca llegaría a conseguir.

1. Impulsar la participación y la unión por parte propietarios representantes de alojamientos y estancias rurales

Se llevarán a cabo reuniones, programas, cursos y todas aquellas actividades que tengan como fin la asociación para lograr acuerdos en cuanto al desarrollo de una oferta profesional y de calidad, potencialización de atractivos turísticos de la zona, promoción de los establecimientos, logrando a través de esta alianza beneficios económicos en general para todos los integrantes parte de la misma.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Medio Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

2. Incentivar a los cotos cinegéticos que posiblemente se conformarán a unirse a la red

Una vez que exista una oferta integrada de cotos cinegéticos en la región, se deberá incentivar a los mismos a formar parte de la red, para que de esta manera puedan optimizar sus recursos. También la presente estructura de asociación servirá de referencia a los potenciales cazadores de la zona, y se utilizará para ofertar productos multimodales de caza aliando a los cotos miembros de la alianza.

<u>Tiempo de Acción:</u>	Largo Plazo.
<u>Coste de Acción:</u>	Pequeña Inversión.

Eje F Coordinación y fortalecimiento de las relaciones institucionales entre comunidades, dependencias gubernamentales, organizaciones y asociaciones sin fines de lucro.

El sistema turístico es un gran sistema que para que funcione correctamente cada una de las partes debe cumplir una tarea específica y, al mismo tiempo, funcional a las demás. Es que por esta razón que el presente programa plantea lograr un consenso entre las diferentes partes involucradas del sistema turístico cinegético para que cada una ocupe su lugar y se desempeñe de manera responsable, favoreciendo así un funcionamiento realmente eficiente.

1. Impulsar la organización de charlas de capacitación y debates para fomentar la participación de la los organismos de representación del sector cinegético

Esta acción tendrá como objetivo fomentar la participación de todos los organismos implicados ya existentes, como así también los próximos a crearse, para establecer entre todos un consenso y diálogo constante, fomentando así un modelo de gestión

cinagético transparente y organizado que encamine todas las acciones de manera estratégica.

Tiempo de Acción: Largo Plazo.
Coste de Acción: Pequeña Inversión.

Eje G Formación y profesionalización

Se refiere a mejorar la receptividad y hospitalidad de toda la comunidad local hacia el visitante y turista, así como a optimizar la calidad de los recursos humanos que prestan o prestarán los servicios turísticos. Se resolverían de tal modo las necesidades de capacitación en turismo de la población, en todos los niveles educativos y subsectores turísticos, y fomentaría una mayor participación del sector privado (empresarios y empleados) en las acciones formativas de capacitación.

1. Realización de cursos de capacitación de diversas temáticas turísticas

La capacitación será destinada a todos aquellos propietarios de establecimientos rurales de alojamiento, personal de servicio, guías de caza, traductores, operadores receptivos, entre otros. Dichos cursos se abordarán en base a diferentes temáticas tales como: excelencia y calidad en el servicio, satisfacción del cliente, marketing en empresas turísticas, planificación, idiomas y diferentes temas que serán elegidos de acuerdo a las necesidades que se hayan detectado.

Tiempo de Acción: Largo Plazo.
Coste de Acción: Pequeña Inversión.

VI. Subprograma: Marketing del Destino Turístico

El objetivo es otorgar las herramientas y crear las bases para un futuro posicionamiento del sur de la provincia de Córdoba como un destino cinagético de caza mayor y menor. En principio se deberá difundir el destino y promover las inversiones para crear una oferta de alojamientos y cotos que permitan ofrecer una alternativa turística interesante a cazadores internacionales.

Eje A Promoción y Comercialización

Para cumplir el objetivo del Subprograma se debe realizar un marketing turístico conjunto del destino. Se trata de alinear a toda la actividad turística, pública y privada, en un marketing coordinado, creando una imagen turística homogénea del destino en los respectivos mercados metas.

1. Crear un área de marketing dentro del ente mixto cinegético

La presente área se creará para llevar a cabo la implementación, ejecución y control del Plan de Marketing del destino. Esta sección se mantendrá en constante comunicación con el área de sistematización de información turística.

Tiempo de Acción: Corto Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

2. Efectuar una Investigación de Mercado y definir los mercados

Para llevar a cabo esta investigación, el área mencionada anteriormente se encargará de contratar a una empresa privada de marketing. Previamente a esto, se deberá realizar un estudio y análisis de las ofertas y presupuestos presentados, para escoger así, la empresa más conveniente. Una vez contratada, se establecerán en conjunto los lineamientos futuros de investigación, tomando en referencia los aspectos claves y necesidades de información referidas a cuestiones que involucren la demanda, competencia y oferta del destino en cuestión.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

3. Diseñar un Producto Turístico Cinegético

Una vez que se cuente con la infraestructura y servicios turísticos requeridos, es imprescindible diseñar un Producto Turístico Cinegético del sur de la provincia de Córdoba. El mismo incorporará a todos los establecimientos rurales cinegéticos con sus respectivas ofertas de caza, tarifas, servicios de alojamiento y gastronomía.

Es relevante otorgar un valor simbólico a dicho producto y diseñar un isologotipo creativo y fácil de recordar, que le otorgue la posibilidad de identificación singular.

Por otra parte, es importante destacar las ventajas comparativas del mismo, para convertirlo en único y diferente al resto de productos cinegéticos en el mercado.

Una vez elaborado permitirá promocionar y comercializar el destino en los mercados interno, regional e internacional.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

4. Elaborar un manual de identidad corporativa del destino

Se diseñarán las líneas maestras de la imagen del territorio. En éste se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y logotipo en los diferentes soportes internos y externos. El manual describe los signos gráficos escogidos para mostrar la imagen así como todas sus posibles variaciones de forma, color, tamaño, etc, también explica manera, oportunidad y lugar de utilización.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Medio Bajo.

5. Delinear un Plan de Comunicación y Comercialización

Es necesario implementar una estrategia de comunicación y comercialización única que permita coordinar y consensuar las estrategias con todos los agentes implicados en el desarrollo turístico cinegético, para esto, es necesario llegar a un acuerdo en este ámbito con los poderes públicos con competencias en el sector, que incluya también a los privados, de tal forma que permita optimizar los recursos disponibles en este ámbito, evitando la duplicidad de materiales, asistencia a ferias, etc.

Se difundirá el destino turístico a través de la participación departamental con responsabilidad público-privada en ferias, eventos, congresos y exposiciones nacionales e internacionales, como así también se llevarán cabo la organizarán fam-tours, para promocionar el destino.

Por otra parte se propenderá al desarrollo de espacios y stands en puntos estratégicos comerciales (nacionales e internacionales), tales como, en secretarías de turismo, embajadas, operadores mayoristas, agencias de viajes especializadas, empresas receptivas, asociaciones y federaciones de caza, clubes, entre otros.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Medio Bajo.

6. Diseñar un Plan e-marketing

El mismo establecerá los lineamientos para crear una página Web turística de carácter oficial, considerando todos los objetivos de posicionamiento del destino. También recomendará las posibles estrategias e-marketing para aplicar en un futuro, logrando así un mayor reconocimiento por parte del mercado internacional objetivo, como así también la captación de otros potenciales clientes cinegéticos. Finalmente, dicho plan recomendará las pautas y lineamientos para crear nuevos sitios Webs relacionados con este tipo de turismo.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Medio Bajo.

7. Crear un calendario anual de eventos cinegéticos

Con el propósito de establecer la organización de ferias, eventos, torneos y competencias de caza menor y mayor, durante todo el año, propiciando de esta manera la desestacionalización del destino e incrementando la afluencia de turistas en épocas de temporada baja.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.
Coste de Acción: Pequeña Inversión.

8. Presentar públicamente el Plan de marketing turístico

El área de marketing llevará a cabo la organización, diseño y realización de una presentación pública oficial del Plan de marketing turístico del destino. A la exposición serán invitados personas representativas de cada ente del sector, comunidad residente, propietarios de establecimientos turísticos de diversa índole, medios de comunicación locales y provinciales. Una vez llevada a cabo esta presentación oficial, la presente área se encargará de mantener informado al sector cinegético con publicaciones Newsletter-vía mail.

Tiempo de Acción: Medio Plazo.

Coste de Acción: Medio Bajo.

VII. Fuentes de Financiación

La responsabilidad en cuanto al cumplimiento del presente proyecto es del sector público del Estado Provincial de Córdoba y Municipios involucrados, contando con el apoyo de la nación. Se debe dejar en claro que en cuanto a los recursos para financiar todas estas acciones se obtendrán de los presupuestos corrientes u ordinarios de las entidades pertenecientes al gobierno.

Se brindarán una amplia variedad de instrumentos y recursos de apoyo públicos, para todas aquellas Pequeñas, medianas y grandes empresas (PYMES), que contribuyan con el desarrollo turístico del sector cinegético, de acuerdo a lo que se estableció anteriormente en el Programa. Entre ellos se puede mencionar a los siguientes:

1- Líneas de acción que propone la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional (SEPyMEyDR):

A) Crédito de Tasa Subsidiaria:

El propósito es promover la inversión y el desarrollo de las MiPyMEs, a través de la reducción del costo de los créditos: el Estado Nacional se hace cargo de una parte del costo financiero de los préstamos, bonificando la tasa de interés. El sistema de Subsidio a la tasa de interés tiene una cobertura significativa en todo el país y gran cantidad de PyMEs beneficiarias

El Decreto 1075/2006 autoriza a la Subsecretaría de PyMEyDR a licitar un cupo de \$1.000 millones para créditos bonificados. Estos créditos se orientan a proyectos de inversión, bienes de capital, capital de trabajo y/o de promoción sectorial y regional.

Este programa de Crédito consiste en los siguientes puntos:

- Se bonifica hasta 8 ptos. porcentuales de la tasa de interés, sin superar el 50% de la tasa ofrecida.

- Pueden ser intermediarios las entidades que desarrollen actividad financiera con supervisión o control del Estado Nacional.
- Los cupos de crédito se adjudican en licitaciones que convoca la SEPyme y DR.

B) Fondo Nacional para PYMES (FONAPYME)

Consiste en un Fondo de \$100.000.000 con recursos aportados por el Estado Nacional para brindar financiamiento a mediano y largo plazo y realizar aportes de capital a MIPyMES. Los créditos son asignados mediante Concursos, por jurisdicción, según los índices de coparticipación Federal de Impuestos.

Los beneficiarios son empresas industriales, las cuales deben perseguir la ampliación de la capacidad productiva, incorporación de equipo de producción para reducir costos de producción, mejora de productos y servicios o la innovación de procesos y productos.

Se financia hasta el 70% del proyecto de inversión, los montos a financiar se ubican entre los \$ 35.000 y los \$ 400.000, con una tasa de interés equivalente al 50% de la tasa del BNA (tasas entre 5,81% y 7,08%), con plazos de hasta 48 meses. Los proyectos deben estar orientados (en por lo menos un 70%) a la compra de bienes de capital nuevos de origen nacional.

C) Fondo Nacional para la Creación Consolidación de Microemprendimientos (FOMICRO).

Es un instrumento de financiamiento y apoyo integral, orientado a las micro empresas, coordinado por la SEPyme y el BNA, con el apoyo de Organizaciones Sociales. FOMICRO forma parte del sistema de bonificación de tasa.

Propósitos:

- Fomentar, consolidar y crear microemprendimientos.
- Generar nuevos puestos de trabajo.
- Favorecer la formalización de la economía.
- Promover el asociativismo de trabajadores desocupados.
- Incentivar el desarrollo productivo local y las economías regionales.

Total a financiar: hasta el 90% de la inversión total prevista en el proyecto, pudiendo contemplarse excepciones. Un monto máximo de \$30.000 y un mínimo de \$3.000, con una tasa de interés del 7% anual y un plazo hasta 48 meses.

D) Fondo Integral para el Desarrollo Regional (FONDER)

Es un programa para el fortalecimiento y el desarrollo productivo local. El Fonder está destinado a la promoción en localidades que se encuentran relegadas y que cuentan con un proyecto productivo que aporta al desarrollo regional.

Objetivos:

- § Desarrollos productivos locales relegados las economías centrales.
- § Promover el desarrollo económico regional diversificado y sustentable a mediano y largo plazo.
- § Fortalecimiento de organizaciones sociales y entidades de la sociedad.
- § Articulación de programas nacionales y articulación entre el Estado Nacional y Provincial.

La presentación de proyectos se efectúa en el Banco de la Nación Argentina.

- § Hasta el 90% del total del proyecto con un monto máximo de \$ 500.000 por proyecto.
- § Máximo de 60% de Tasa de interés de la cartera general activa del BNA.
- § Plazo: hasta 10 años.
- § Destino: inversiones en activos fijos, capital de trabajo, gastos de desarrollo del proyecto.
- § Garantías: Se analizan en cada caso.

E) Sociedades de Garantía Recíproca (SGR)

Son sociedades comerciales (300 Empresas que aportaron \$615 Millones) que tienen por objeto facilitar el acceso al crédito de las PyMES a través del otorgamiento de garantías para el cumplimiento de sus obligaciones.

Otorgan garantías a sus socios partícipes (PyMES) para mejorar su condición de acceso al crédito y brindan a sus socios asesoramiento técnico, económico y financiero en forma directa o a través de terceros contratados a tal fin.

2 - Programa de apoyo a la inserción comercial internacional de las PYMES

Proargentina, a través de la Subsecretaría de Política y Gestión Comercial del Ministerio de Producción del Gobierno de la Nación Argentina, impulsa la promoción de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas.

Tiene como principal objetivo el apoyo a las pequeñas y medianas empresas a través del fortalecimiento de las capacidades organizacionales y técnicas de las Instituciones de Promoción de Exportaciones en el ámbito Nacional. Para concretar un esquema integral de apoyo a pequeñas y medianas empresas exportadoras, o con potencial para exportar, este ente cuenta con el Programa de Apoyo a la inserción comercial internacional de las PYMES, y tiene como objetivo asistir a las mismas en la adquisición de capacidades para poder orientarse en el mercado externo y acceder a información relevante y conocimientos para desarrollar negocios de exportación sostenible. El mismo se encuentra dirigido a todas aquellas empresas Pymes que posean experiencia exportadora o que presenten potencialidad para exportar y que estén interesadas en mejorar su inserción en el mercado internacional, mediante la optimización de sus procesos internos y la capacitación en comercio exterior.

El programa es de carácter federal, propiciando la interacción con los distintos actores locales públicos y privados tales como: sectores gubernamentales, organismos encargados de comercio exterior, sectores académicos y cámaras sectoriales que articularán con Proargentina la difusión y convocatoria del programa entre las PyMEs de cada provincia. El programa es totalmente gratuito y consta de cuatro etapas sucesivas, Sensibilización, Capacitación, Asistencia Técnica y Promoción Comercial, alcanzando la empresa Pyme, al final de ellas la capacidad de insertarse con mayor éxito en los mercados internacionales.

3. Líneas de créditos a la inversión del Banco de Inversión y Comercio Exterior (BICE), específicamente para adquisición de bienes de capital, proyectos de inversión en bienes y servicios, certificación de calidad, estudios de impacto ambiental de un proyecto.

4. Líneas de crédito para Pymes del Banco Nación, dentro de la cual se incluye una Financiación destinada específicamente al Sector Turístico: construcción y terminación de hoteles, construcción de instalaciones, equipamiento, vehículos nuevos nacionales, capital de trabajo de pretemporada. El Banco Nación también incluye, entre otras, una línea de crédito para el Sector Agropecuario, ligado a la provisión de suministros al sector turístico.

5. Fondo Federal de Inversiones. Créditos para la Reactivación productiva (microemprendimientos y Pymes)

6. Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)

Este ente tiene como objetivo promocionar el crecimiento económico con inclusión a través del desarrollo del sector privado, particularmente las micro y pequeñas empresas. A través de donaciones e inversiones, busca activamente socios que ayuden a probar y luego a demostrar la efectividad de ideas innovadoras. Los proyectos del mismo pretenden convertirse en autosostenibles.

El FOMIN ha enfocado sus actividades en las áreas donde puede hacer la diferencia y acelerar el cambio, incluyendo mejoras en el marco empresarial, o el entorno en el cual se desarrolla el sector privado; mejorando el desarrollo empresarial, o la capacidad laboral de los trabajadores y del entorno empresarial; y promoviendo la democracia financiera, o el acceso más amplio al sistema financiero.

También ha descentralizado sus operaciones habilitando las representaciones del BID en la región para que localmente identifiquen, procesen e implementen proyectos pequeños (de US\$ 150.000 o menos.) Como resultado de ello puede llegar ahora a una gama más amplia de clientes potenciales, especialmente en áreas rurales.

El FOMIN busca proyectos con estas características:

- **Innovación:** Los proyectos deben introducir enfoques nuevos y eficaces para promover el desarrollo del sector privado y la reducción de la pobreza.

- **Efectos de demostración:** Los proyectos deben tener la capacidad de adaptarse o replicarse en otros sectores y/o en otros países.
- **Sostenibilidad:** Los proyectos deben tener planes operacionales convincentes y un gran potencial de sostenibilidad financiera.
- **Alianzas:** Los proyectos se realizan con socios locales que aportan entre un 30 y un 50% de los costos del proyecto.

9. Conclusiones

El presente Trabajo Final de Graduación planteó como propósito principal evaluar la factibilidad de llevar a cabo el desarrollo turístico cinegético sustentable en los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y General Roca, que se encuentran ubicados al Sur de la Provincia de Córdoba, Argentina.

A partir de esta inquietud se llevó a cabo una indagación, a través de fuentes de bibliografía digital y material, acerca de las áreas naturales, fauna y flora autóctona de la zona de estudio. Luego se determinaron las áreas cinegéticas y áreas naturales protegidas, zonas de veda, especies autóctonas permitidas para la caza y períodos correspondientes establecidos por ley.

En relación a lo anterior, las conclusiones a las que se arribó refieren a la existencia de grandes espacios naturales que poseen una amplia variedad de fauna con alto valor cinegético, desde jabalíes europeos hasta especies de menor porte tales como palomas, liebres, patos y perdices. En muchas de estas áreas está permitido y es posible cazar. Aunque se debe considerar que un gran porcentaje de ellas son de dominio privado, por lo que se necesita contar con la autorización y el permiso de sus propietarios.

Más allá de las condiciones favorables a las que se hizo mención, se evidenció que actualmente estos campos no le ameritan demasiada importancia al desarrollo turístico cinegético y sólo la llevan a cabo ocasionalmente ya que priorizan, por sobre todas las cosas, su trabajo agrícola ganadero sin haberse percatado del gran potencial económico que genera llevar a cabo su explotación de una manera planificada.

Por otro lado, se efectuó un relevamiento de la infraestructura turística de alojamiento existente en la zona. Para esto se tuvo en cuenta considerar sólo aquellos establecimientos que satisfacen necesidades específicas de la demanda cinegética internacional o podrían llegar a hacerlo. Se debe destacar que generalmente este segmento prefiere hotelería de alta categoría, que conserve un estilo rústico, autóctono y campestre en su decoración. También que le brinde al cazador todo el confort y comodidad para llevar a cabo su hobby sin ningún tipo de impedimento, siendo esto acompañado por un servicio personalizado y de calidad que priorice todos los aspectos: traslados, alojamiento, gastronomía, programa de cacería, recreación y excursiones.

A partir del relevamiento se concluyó que existen ocho establecimientos distribuidos en los departamentos de Río Cuarto y General Roca. Tan sólo tres de ellos ofrece como actividades alternativas la práctica de caza menor pero de una manera espontánea y no planificada. Entre ellos se encuentran: Estancia La Isabella, Los Baguales y Don Santiago. El resto, a pesar de ser aptos en cuanto a condiciones naturales y de infraestructura, no incluyen la práctica de caza dentro de su propuesta de oferta turística. Esto demuestra la falta de inversión y desarrollo turístico del sur de Córdoba en comparación con la Zona Norte y Este, actualmente posicionada como destino cinegético de caza de palomas.

Por otra parte, en lo que respecta a la demanda cinegética, se indagó que actualmente llegan a la Provincia de Córdoba unos 9800 cazadores pertenecientes en su mayoría a E.E.U.U y el resto a diversos países de Europa, principalmente ingleses, alemanes y españoles, lo que representaría un 10% del turismo receptivo internacional de la Provincia. Sin embargo se debe dejar constancia de que al momento no existen registros oficiales ni estadísticos que otorguen información correcta y fidedigna respecto a esto. Los anteriores datos son sólo estimaciones que establece la Cámara de Turismo Cinegético de Córdoba en conjunto con la Agencia Córdoba Turismo a partir de su experiencia y de algunas informaciones de las que disponen. De esta manera, se podría decir que no se ha cumplido plenamente el objetivo que indicaba analizar la demanda actual y potencial para el destino. Sólo se alcanzó una aproximación estimativa.

En lo que respecta a la competencia de destinos turísticos cinegéticos, Argentina compite con países limítrofes, como Uruguay, Paraguay y Bolivia. Pero actualmente es líder debido a varios factores. Entre ellos, se puede mencionar la amplia y gran variedad de especies cinegéticas de caza mayor y menor con que cuenta, como así también la infraestructura turística que ofrece, las extensas áreas naturales y estancias rurales, sin dejar de mencionar los atractivos turísticos naturales y culturales conocidos internacionalmente como Cataratas del Iguazú, El Calafate, Norte Argentino, entre otros, que generalmente los cazadores internacionales aprovechan a visitar cuando realizan su tour cinegético.

La Provincia de Córdoba actualmente corre el riesgo de perder el liderazgo competitivo y posicionamiento internacional ya que, debido al incremento de aranceles a cazadores, tasas impositivas altas para propietarios de establecimientos cinegéticos, falta de eficiencia en tramitación de permisos e ingresos de cazadores, escasa conectividad de líneas aéreas, las provincias de San Luis, Santiago del Estero, Santa Fe y La Pampa, están comenzando a captar el mercado objetivo ofreciéndole ventajas comparativas en cuanto a precios y especies de caza mayor que Córdoba no posee.

Más allá de lo planteado, un aspecto positivo que se conoció y que resulta válido destacar es que en la actualidad la provincia está ejecutando un Plan Estratégico Sustentable de Turismo que pretende la coordinación intersectorial e interjurisdiccional para llevar a cabo la planificación estratégica, inversión en turismo sustentable, puesta en valor de atractivos y productos, mejoramiento de la infraestructura, optimización de la calidad integral de los destinos turísticos provinciales, comunicación, marketing y promoción. También se plantea la necesidad de poner en marcha programas de monitoreo y verificación de la ejecución, efectividad e impacto de las políticas y los planes y proyectos en materia de desarrollo turístico provincial.

Sin embargo, no existen signos de proyectos de planificación turística cinegética en el destino objeto de estudio. Es por esta razón que la propuesta de intervención se presentó como un Programa de Desarrollo Turístico Cinegético con el propósito de promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística cinegética de los departamentos de Río Cuarto, General Roca, Juárez Celman y Presidente Roque Sáenz Peña, mediante procesos integradores, concertados,

impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo que mejore la calidad de vida de la población local, garantizando la valoración y conservación del patrimonio natural, cultural e histórico de dicha región.

El programa que se propuso planteó los siguientes Subprogramas y Ejes de Actuación:

- ⊕ Subprograma de Inversión: ejes de infraestructura de comunicación; desarrollo y reactivación del sector agrícola - ganadero, industrias y empresas a fines.
- ⊕ Subprograma de Desarrollo de Oferta Turística: ejes de infraestructura de alojamiento rural y/o coto cinegético.
- ⊕ Subprograma de Organización del Sector Turístico Cinegético: ejes de un ente mixto de representación de turismo cinegético; modelo de gestión sustentable para el desarrollo de turismo cinegético, sistema de información, control y seguimiento del sector cinegético; ente representativo de la Cámara de Turismo Cinegético en la zona, red de alojamientos rurales, coordinación y fortalecimiento de relaciones institucionales entre comunidades, dependencias gubernamentales, organizaciones y asociaciones sin fines de lucro, formación y profesionalización.
- ⊕ Subprograma de Marketing del Destino Turístico: eje de promoción y comercialización.

Cada uno de los ejes mencionados anteriormente explicita detalladamente las diferentes acciones, intervalos de tiempo e inversión necesaria para la consecución del objetivo general del programa.

La financiación será a través de los presupuestos corrientes u ordinarios de las entidades responsables e involucradas pertenecientes al gobierno. Por otra parte, se plantea una amplia variedad de instrumentos y recursos de apoyo público para todas aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que contribuyan con el desarrollo turístico del sector cinegético.

Se prevé en un futuro la presentación del Programa a la Agencia Córdoba Turismo para que ésta evalúe la posibilidad de su incorporación dentro del Plan de Turismo Estratégico Sustentable de la Provincia.

Bibliografía

Agencia Córdoba Turismo (2006) Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia de Córdoba. Argentina. www.planturismocordoba.com.ar

Aplicación del principio de desarrollo sostenible enunciado certeramente en 1987 por la Comisión Brundtland de Naciones Unidas sobre “Medio Ambiente y Desarrollo”.

Bigne J. E Alcaniz., X. F Font., L.A. Simo (2000) Marketing de destinos turísticos. Análisis y Estrategias de Desarrollo. Edit. Esic. Madrid, España.

Bonessi F. y Brugnioni M. A., (2002) Productos Turísticos 1. Edit Copiar. Argentina.

Bosch Camprubí, R., Pujol Marco, L., Serra Cabado, J., y Vallespinós Riera, F. (2001) Turismo y medio ambiente.

Camisón Zornoza, C. y M. Monfort, v. (1998) Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la costa blanca. Estudios turísticos, nº 135, pp. 5-28.

Carta del Turismo Sostenible aprobada en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote (1995).

Declaración aprobada en la Cumbre Mundial del Ecoturismo, celebrada en la Ciudad de Québec (Canadá), bajo los auspicios del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo.

Fundamentos del Proyecto de Reforma de La Ley 20.429, por F. Montoya y M. Bosa, Diputados de la Nación (2005).

Kotler, K. K. Lane (2006), Dirección de Marketing. Edit. Pearson Educación .México.

La crisis también le pega al turismo palomero (2009) Artículo del Diario La Voz del Interior. Córdoba. Argentina. Sección Sociedad. Autor anónimo.

Ley de Caza Provincial (Decreto - Ley Nro. 4046/58). Gobierno de la Provincia de Córdoba. Argentina.

Ley Nacional Nº 22.421 Conservación de fauna silvestre.(1981). Gobierno de la Nación. Argentina.

Ley Provincial Nº 8.801 Turismo Alternativo (1999). Gobierno de la Provincia de Córdoba. Argentina.

Macías, M. (2008) Nuevas tecnologías aplicadas a la distribución turística. España.

Miatello R., y otros (1977). Geografía Física de la Provincia de Córdoba. Edit. Boldt. Buenos Aires.

Munuera A. Rodríguez, D., (1998). Ventaja Comparativa y Competitividad Empresarial. Papeles de economía española, nº 56, pp. 100-111.

Muñoz Escalona, F. (2002) Turismo rural: una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico”. Revista de estudios turísticos, núm. 121, pp. 5-25.

Otero, C. (1993) Turismo Cinegético en España. Renatur, S.A. Recursos Naturales. España.

Reforma de la Ley 20429 “Ley Nacional de Armas y Explosivos” (2005). Gobierno de la Nación. Argentina.

Ritchie, J.R.B. y Crouch, G.I. (2004) The competitive destination. A sustainable tourism perspective. CABI Publishing, Oxon, Reino Unido.

Rovelli, H. Balance 2008 y perspectiva 2009 para la economía argentina (2009) Art. Publicado en www.elargentino.com

Sánchez Rivero, M. y Fajardo Caldera, M.A (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños, en Jornadas de Economía del Turismo. Palma de Mallorca 28, 29 de mayo.

Sancho, A. (1998) Competitividad en el turismo. Organización Mundial de Turismo (OMT) Madrid, España.

Vera Rebollo, J.F (1997). Análisis territorial del turismo. Edit. Ariel geografía. Barcelona.

Vid Sanz Domínguez, C. (2002) Régimen jurídico del turismo en el espacio rural: análisis y compendio normativo, 2 vol., Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Sevilla.

Vid Sanz Domínguez, C. (2003). La calidad del turismo desde la perspectiva de la Administración pública, Edición Digital. Universidad de Sevilla. España.

Viñals, J. (1993). La competitividad, sus determinantes y el papel de la política Macroeconómica. Papeles de economía española, nº 56, pp. 278-294.

Sitios Web

<http://www.agenciacordobaambiente.cba.gov.ar>

<http://www.ambiente.gov.ar>

<http://www.argentinaturismo.com.ar/cordoba/alojamiento-rural.html>

<http://www.argentinabighunting.com.ar>

<http://www.cordobaturismo.gov.ar>

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

<http://www.intercaza.com>

<http://www.renar.gov.ar>

<http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar>

<http://www.tucicor.org.ar>

<http://www.turismoargentina.info/cordoba/alojamiento-rural.php>

<http://www.turismocinegetico.com.ar>

<http://www.turismo.gov.ar>

<http://www.world-tourism.org>

Anexos

Fichas de Relevamiento: Alojamiento Turístico

Ficha 1

ESTABLECIMIENTO: Mamay Hueifelen
Dirección: Ruta 8 Km. 573 Paso del Durazno, 5803, Río Cuarto. Córdoba.
Teléfono: 0358 4 777 95 90
E-mail: -
Página Web: www.huifelen.com.ar
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: Río Cuarto
Superficie: 650 hectáreas
Ciudades próximas:
30 Km. de la ciudad de Río Cuarto
25 Km. del aeropuerto de Las Higueras
50 Km. de las Sierras de los Comechingones
110 Km. del Valle de Calamuchita
220 Km. de Córdoba Capital
ATRATIVOS TURISTICOS
Pertenece a los descendientes del Coronel Antonino Baigorria quien en este paraje histórico sostuvo el Combate de Paso del Durazno, venciendo a los indios en 1864.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
Son dos cascos de estancias, una llamada Mamay y la otra Huiefelen
ESTANCIA MAMAY: El casco edificado a un lado del monte histórico, esta decorado con muebles de época y fina platería. Sala de estar muy amplia con TV y video y hogar a leña. Pileta de natación.
ESTANCIA HUIFELEN: Sala de estar, comedor, escritorio con biblioteca, sala de juegos. Pileta de natación.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si, es central con radiadores de agua caliente.
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si, cría de ganado vacuno.
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No
Granja: Si
Elaboración de Productos regionales (especificar): No

Otras: Cría de caballos de polo
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones: Estancia Mamay: 01 habitación doble con baño privado. 02 habitaciones dobles con baño compartido. Estancia Huifelen: 04 habitaciones dobles con baño privado.
Numero de Plazas: 14
Precios: Los precios varían por habitación y rondan desde los U\$S 80 hasta U\$S 120, estos valores incluyen las cuatro comidas diarias con las bebidas y todas las actividades que se realicen dentro de las estancias (excepto el polo que se debe contratar por separado). Estos precios son por persona y por día.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Cabalgatas y paseo en sulky. Trekking a través de senderos en el monte que bordea el Río IV. Practica de polo en la estancia MAMAY o en las estancias vecinas. Avistaje de aves y búfalos de agua. Deportes criollos como taba, bochas además de football. Senderismo Pesca en lagunas o en el río Safari Fotográfico para conocer la fauna y flora autóctona Visita a los atractivos turísticos de la zona. Paseos con guía. Rutas culturales Participar del las tareas rurales diarias que se realizan en las estancias, como trabajar con la hacienda en los corrales, doma de potrillos, etc.
PERSONAL
Cantidad de personas: Atendido por la propia familia
Idiomas: Inglés

Ficha 2

ESTABLECIMIENTO: La Isabella
Dirección: Zona Rural del Campillo sin numero. Córdoba.
Teléfono: (03583) 499370 - (11) 4313-2126 / 2127
E-mail: info@italosuiza.com (Central de reservas de Italo)
Página Web: www.estancia-la-isabella.com
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: General Roca
Superficie: 46.580 hectáreas (10 Km. de largo por 5 Km. de ancho)
Ciudades próximas:
A 160Km. de Río Cuarto. A 160 Km. de Villa Mercedes A 45Km. de Vicuña Mackena.
ATRATIVOS TURISTICOS
<p>Desde 1881 hasta 1903 el actual territorio de La Isabella formó parte de un campo de 46.580 hectáreas, que pasó por varias manos, hasta que a partir de 1898 pasó a ser lo que hoy es la estancia "La Isabella".</p> <p>El 5 de marzo 1903 el Banco de la provincia de Córdoba remató el campo Fue comprado un condominio que presentó R. J. Cárcano, en este momento ya retirado de su carrera política. Cárcano había sido diputado nacional de Córdoba y Ministro del gobierno de Córdoba. Desde 1890 se dedico en su finca Ana María a la cría y el mejoramiento de ganado vacuno y equino, al mismo tiempo que continuó con su labor como historiador. Años más tarde, de 1913 a 1916 su carrera culminó en el cargo de gobernador de la provincia de Córdoba. Su gestión fue una de las más progresistas, especialmente por la política agropecuaria y las mejoras que impulsó en los sistemas viales de la provincia. El 20 de abril de 1904 se vendió el campo al doctor Maximiliano Aberastury, un medico especializado en dermatología y colaborador de publicaciones científicas. Fué el quien construyó los primeros edificios del casco de La Isabella, ya que en el galpón principal figura el año 1904. Probablemente en el mismo tiempo se construyó la casa del mayordomo y seguramente la torre de agua, que hoy figura como carnicería. Pero, el fue dueño de La Isabella solamente por 3 años.</p> <p>En 1907 vendió el campo al Doctor Aldo Bonzi y Don Mauricio Andreossi. El campo no tenia nombre, el Dr. Aldo Bonzi era italiano y su socio, Mauricio Andreossi, era suizo. Fueron ellos que dieron a este noble campo su primer nombre y lo bautizaron "La Italo-Suiza" De 1907 hasta 1921 el italiano y el suizo fueron dueños del campo. Fueron ellos que lo hicieron trabajar. Crearon una importante cabaña de Aberdeen Angus negro, sembraban alfalfa y construyeron la casa principal. La compraron en Milano, Italia, y la llevaron por barco a Buenos Aires, por tren a Del Campillo y con carro de buey hasta el lugar, donde está ahora. Fueron ellos que diseñaron el casco con sus cuadros enmarcados de eucalyptus que les servían para presentar los productos de su cabaña. El motor de esta sociedad fue el Dr. Aldo Bonzi, en este tiempo soltero. Logró juntar un grupo de nobles y adinerados italianos, todos radicados en</p>

<p>Milano, Italia, que formaron una sociedad financiera para explotar los campos que Bonzi había comprado en Argentina. La sociedad se hizo para 5 años, realizó sus propósitos y se liquidó en forma ordenada. Entre los inversores italianos había un senador, dos condes, un commendadore, un caballero y un ingeniero.</p> <p>El día 24 de diciembre de 1921 el campo se vende a Juan Lalor, importante consignatario y productor agropecuario y miembro fundador del Rotary Club Buenos Aires. El campo "La Italo Suiza" se integró con dos campos vecinos y formó parte de la estancia "San Eduardo". De esta época ya existen fotos que demuestran nuevas obras en el casco y actividades rurales. El personal de San Eduardo en estos tiempos eran unas 50 personas.</p> <p>17 de junio de 1957 los herederos de Carlos Lalor lo venden a Waldtraut Elisabeth Mechthild von Bohlen und Halbach de Thomas, como principal accionista de Aguas Dulces S. A. Como nadie en Argentina pudo pronunciar su nombre, bautizó la estancia "La Isabella", traducción del nombre alemán Elisabeth. Desde este día hasta hoy fue propiedad de Aguas Dulces S. A., siendo la Sra. B. accionista principal y su hija Diana Thomas de Friz accionista minorista.</p>
CARACTERISTICAS GENERALES
<p>Infraestructura:</p> <p>El casco construido, durante las primeras décadas del siglo XX, conserva un estilo de su grandiosidad original, pero a su vez ofrece una familiaridad y calidez que hace sentir al visitante como en su casa. Cuenta con una galería impresionante donde se puede gozar de magníficas cenas en familia, observar el cielo nocturno o sentarse y relajarse durante el día.</p> <p>El casco se encuentra rodeado por un parque con eucaliptos, paraísos, pinos y arbustos antiguos.</p> <p>Posee teléfono, Internet, salón para fiestas de hasta 25 personas, piscina y biblioteca con libros de literatura en inglés, alemán y español.</p> <p>Cuenta además, con un Spa para renovarse y relajarse con tratamientos de reflexología, digitopuntura, masajes terapéuticos y drenaje linfático realizados por terapeutas profesionales con productos naturales de primera línea.</p>
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No
Granja: Si
Elaboración de Productos regionales (especificar): Si
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA

ALOJAMIENTO
<p>Número de Habitaciones: Categoría VIP Corresponde al casco principal de 1898, de estilo señorial (No fumador). 02 habitaciones dobles con baño compartido y 1 habitación simple con baño privado. Categoría Estándar Corresponde a la casa del Mayordomo de 1904 con una construcción más moderna. 02 habitaciones dobles con baño compartido y 1 habitación doble con ducha privada. Casita de Huésped Alojamiento estándar ideal para una familia o grupo. 1 habitación doble con baño privado y 2 habitaciones simples con ducha compartida.</p>
Número de Plazas: 12 o más.
<p>Precios: Categoría VIP U\$S 95.- (Por día por persona) Categoría Estándar U\$S 75.- (Por día por persona) Casita de Huésped U\$S 225.- (Por día) SPA \$ 52.- (Por sesión) Niñera \$ 50.- (Por día) Todas las categorías son con pensión completa y actividades agropecuarias.</p>
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
<p>Caza de palomas, liebres y otros Observación y participación de tareas rurales – Tour agrícola. Cabalgatas, Paseos en sulky. Participación en desfiles gauchescos Tratamientos de Spa Excursiones de 4X4: 1) Visita a las antiguas estancias, La Candelaria y Sarmiento. Dentro de los hermosos montes se puede observar una gran variedad de fauna como por ejemplo ciervos, pumas, jabalíes salvajes y liebres. Es un hermoso viaje de día en el que el visitante puede caminar por senderos y gozar de la belleza inigualable de este lugar. 2) Inti Huassi es un lugar mágico donde los indios Argentinos dejaron sus huellas hace cientos de años a través de lindísimos dibujos en las cuevas. Es una gran oportunidad para observar elementos históricos y maravillarse de los sistemas de cuevas. La excursión se realiza en una 4X4 y se cuenta con los servicios de una guía bilingüe. 3) Existe un paseo desde La Isabella hasta La Horqueta, una estancia histórica que refleja la magnificencia de la Argentina de 1930. Desde aquí se realiza una caminata o cabalgata hacia el asombroso Río Quinto, en cuya orilla se lleva a cabo un picnic antes de regresar a La Isabella por la tarde.</p>
PERSONAL
Cantidad de personas: 05
Idiomas: Inglés

Ficha 3

ESTABLECIMIENTO: Las Lajas
Dirección: Ruta 30 a 5 Km. de la Zona rural de Las Achiras
Teléfono: (0358) 4647621 - 0358 4625734 / 0358 155602232
E-mail: laslajas@laslajasestancia.com.ar
Página Web: www.laslajasestancias.com.ar
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: Río Cuarto
Superficie: 800 Hectáreas
Ciudades próximas:
Río Cuarto 70 Km. Alpacorral 76 Km. Río de los Sauces 93 Km. Las Albahacas 51 Km. Valle Calamuchita 155 Km. Córdoba 290 Km.
ATRATIVOS TURISTICOS
<p>Ubicada al pie de la ladera oriental de la sierra de los Comechingones. Región que guarda innumerables vestigios de tiempos prehispánicos, donde pueden observarse pictografías en el Cerro Inti Huasi del pasado aborigen.</p> <p>Recibe su nombre del arroyo que la atraviesa, siendo favorecida por su privilegiada ubicación dentro de un valle rodeada de cerros por lo que se genera un microclima especial.</p> <p>El casco de este establecimiento se remonta a 1580 cuando el territorio que hoy ocupa fue cedido en merced al hijo del fundador de Córdoba, Don Gonzalo Martel de Cabrera, figurando ya por 1710 como una estancia de producción ganadera. Su embalse se remonta a comienzos del siglo XIX donde el Sr. Víctor Maggi comienza a explotar las riquezas mineras de los cerros, agregándole al embalse-natatorio pérgolas. Sus principios como lugar de descanso comienza por 1935 cuando es cedida a empresas inglesas que la usan como colonia de vacaciones. Y finalmente en 1994 es adquirida por el Sr. Héctor Codó quien la incorpora a la oferta de Turismo Rural.</p> <p>Sus orígenes datan de un recibimiento por gracia real. La pertenencia legal de esta parte de la provincia se remonta a la llamada Merced de los Cabrera, una dádiva del Rey de España (1580) al hijo del fundador de Córdoba, Don Gonzalo Martel de Cabrera, por los servicios prestados a la corona. En 1710 y 1760, tras sucesivas divisiones sucesorias, ya se mencionaba a la Estancia Las Lajas como una de las primeras vaquerías, cuya actividad consistía simplemente en la caza de ganado cimarrón disputadas a las tribus indias del sur.</p> <p>Casi dos siglos después, en 1925, Las Lajas fue adquirida por Don Víctor Maggi, quien orientó la explotación hacia una variedad de marmolina (reconstitución a partir de polvillo de mármol) conocida con el nombre de Iggam -su apellido al revés- todavía usada en la construcción. Esta actividad se practicó a gran escala hasta 1947. Enamorado de la belleza del lugar, Maggi,</p>

que pasaba aquí largas temporadas, hizo construir viviendas y un embalse. Era el momento del romanticismo y las pérgolas y las fuentes ornamentadas fueron motivo de inspiración. Tampoco faltó la gran pajarera en el amplio parque, acorde con los conceptos estéticos de principio del siglo. Hoy todos estos rasgos son el testimonio de un antiguo esplendor y señas de identidad de la estancia.

En 1935 el señor Maggi cedió el predio en concesión a una empresa inglesa propietaria del entonces Ferrocarril Pacífico, para instalar una colonia de vacaciones. Así arrancó la movida turística del lugar. Se agregaron numerosas instalaciones complementarias y un sistema de iluminación a lámparas de keroseno. Un equipo de 20 personas completó el servicio del hospedaje que llegó a albergar hasta 120 veraneantes; los contingentes de turistas llegaban en tren directo desde Retiro, dos veces por semana. El paquete incluía pasajes y diez días de estadía, con pensión completa.

La nacionalización del ferrocarril marcó el inicio de un proceso de deterioro que culminó con el cese de la actividad y la venta del campo. Durante 40 años Las Lajas estuvo abandonada. Se instaló un aserradero, comenzó la deforestación de eucaliptos y las viviendas fueron usadas como corrales. La falta de mantenimiento fue total, en el interior de las fuentes y las piletas crecieron pastos, árboles, arbustos.

En 1994 una familia Río Cuarto compró la estancia, y los Codo Solaro se abocaron a reconstruir el lugar: Héctor, médico ginecólogo y Olga, abogada, se repartieron las tareas. A ellos se sumaron su hija Mariana y Miguel, el marido, para rearmar la parte edilicia. Se habilitaron las antiguas cabañas reconvertidas en cómodos bungalows, devolvieron vida a la plaza central con su pérgola y sus estatuas y acondicionaron el balneario, una enorme pileta natural de 2.400 metros cuadrados sobre el arroyo Las Lajas, coronado también por pérgola y glorieta.

El acueducto tipo romano (construido a comienzos de siglo) ahora oficia de pórtico, y la gran rueda de madera que mueve el agua transformándola en energía, tampoco detiene su marcha.

CARACTERISTICAS GENERALES

Infraestructura:

Cuenta con un casco de estancia y un gran parque de recreación para realizar diversos deportes. Posee piscina.

Suministro de agua potable: Si

Suministro de luz eléctrica: Si

Suministro de calefacción: Si

Tratamiento de residuos: Si

Desagües cloacales: Si

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO

Ganadería: Si

Agricultura: No

Huerta orgánica: No

Granja: No

Elaboración de Productos regionales (especificar): No
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Numero de Habitaciones: 10 Cabañas hasta 06 pasajeros 02 Habitaciones Triples 02 Habitaciones Dobles Todas las instalaciones con baños privados
Numero de Plazas: 120
Precios: Temporada Baja cada Cabaña \$ 350 x día (en alta aumento 25%) Temporada Baja cada Habitación \$ 190 x día (en alta aumento 25%)
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Elegido por el huésped. (PC / Des/Map)
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Previo pago de entrada, la propiedad está abierta a todo el mundo; funciona un enorme quincho con capacidad para 100 personas en donde se asan exquisitos chivitos. Se celebran casamientos en la antigua capilla de piedra y adobe,. Cabalgatas y caminatas Treking por la orilla de el aroyo Caminatas por la noche hasta "la casa del alemán" (antiguo encargado de la explotación de las canteras) de cuya arquitectura inglesa sólo quedan ruinas, con una torre mirador al costado, y el silencio reinante en esa extraña desolación. Visita al museo de la estancia Practica de deporte: Voley, tenis criollo, bochas, criquet, Paseos en bote Cabalgatas Participación en actividades agrícolas - ganaderas Visitas guiadas a Inti Huasi, la Estanzuela y Mina El Cóndor
PERSONAL
Cantidad de personas: 10
Idiomas: Inglés

Ficha 4

ESTABLECIMIENTO: Los Barrancos
Dirección: Faldeos occidentales de las Sierras de Los Comechingones,
Teléfono: 54-11-4342-9418 - 54-11-4331-0397
E-mail: info@losbarrancos.com
Página Web: www.losbarrancos.com
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: Río Cuarto
Superficie: más de 1.000 hectáreas
Ciudades próximas:
80 Km. Río Cuarto
40 Km. Villa Dolores
ATRATIVOS TURISTICOS
Funciona como reserva privada por convenio con la Fundación Vida Silvestre Argentina. Se extiende desde el pie de la sierra hasta las altas cumbres a 2.300 m. s/n.m. Se observa distintas comunidades vegetales: el chaco serrano con sus algarrobos, chañares, quebrachos blancos y tintitacos; el romerillar, el bosque de horco molle y coco, como así también fauna autóctona (100 especies de aves) se destaca el majestuoso cóndor.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
Cuenta con un parador típico de Alta Montaña, con un extenso parque natural.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si, por generadores eléctricos.
Suministro de calefacción: Si, por calderas
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: No
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: No
Agricultura: No
Huerta orgánica: Si
Granja: Si
Elaboración de Productos regionales (especificar): No
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones:
04 Dobles, convertibles a triples.
Número de Plazas: 8 o más pasajeros.
Precios: \$ 80 por pasajero por día con Pensión Completa.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Avistaje de flora y fauna.

Treeking
Cabalgatas
Mountain bike
Escalada y Rapel
PERSONAL
Cantidad de personas: 05
Idiomas: Inglés, francés y alemán

Ficha 5

ESTABLECIMIENTO: El Tatilo
Dirección: Zona Rural entre Jovita y Gral. Levalle
Teléfono: 03585-498229
E-mail: -
Página Web: -
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: General Roca
Superficie: 1250 hectáreas
Ciudades próximas:
Río Cuarto 200 Km.
Vicuña Mackena 45 Km.
ATRATIVOS TURISTICOS
Casco histórico, monte con fauna y flora autóctona.
Explotación y prácticas agrícola-ganaderas diversas.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
Posee un mediano casco histórico que conserva las características típicas de la época, cuenta con una extensa zona de recreación, posee piscina.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No
Granja: Si
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones:
01 Habitación Doble Suite
02 Habitaciones Dobles con un baño
Numero de Plazas: 06
Precios:

Doble Suite \$ 250 por noche / Doble Estándar \$ 180.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Tareas del campo, cabalgatas, caminatas, safaris fotográficos, paseos en sulky y shows folclóricos.
PERSONAL
Cantidad de personas: 04
Idiomas: Inglés

Ficha 6

ESTABLECIMIENTO: El Jaque
Dirección: Zona Rural de Mataldi
Teléfono: 03583-481628 03583-481480 (Pedro y Ruth Landa)
E-mail: eljaque@laboulaye.dataco19.com.ar
Página Web: -
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: General Roca
Superficie: 5.000 Hectáreas
Ciudades próximas:
Río Cuarto 200 Km.
Laboulaye 93 Km.
Jovita 22 Km.
ATRATIVOS TURISTICOS
Flora y fauna autóctona, actividades rurales y cultura campestre.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
La edificación es del año 1960 y tiene habitaciones muy confortables, salas de estar y un parque reconocido por su micro clima y colorida vegetación.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No
Granja: Si
Elaboración de Productos regionales (especificar): No
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones:
02 Dobles y 01 Single con dos baños

Numero de Plazas: 05
Precios: Habitaciones dobles \$ 210 x día x hab. / Single 50 % más tarifa rack.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Cabalgatas Paseos en bicicleta Actividades rurales
PERSONAL
Cantidad de personas: 06
Idiomas: Inglés

Ficha 7

ESTABLECIMIENTO: Los Baguales
Dirección: Zona Rural Jovita
Teléfono: 03385-498648 / 011-43224499
E-mail: Emagnolle@hotmail.com
Página Web: -
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: General Roca
Superficie: 3.750 hectáreas
Ciudades próximas:
Río Cuarto 220 Km.
Laboulaye 71 Km.
Huinca Renanco 66 Km.
ATRATIVOS TURISTICOS
La antigua casa de esta estancia se destaca la decoración de muebles antiguos de estilo Vasco. Es atravesada por el río Quinto.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
Posee un casco de estancia, caballerizas, corrales, piscina.
Un mediano espacio natural totalmente parquizado.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No
Granja: No
Elaboración de Productos regionales (especificar): No
Otras:-

SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones: 03 Dobles convertibles a triples.
Número de Plazas: 06 o más
Precios: Habitaciones x día \$ 220.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Actividades náuticas, cabalgatas, paseos en sulky, caminatas, tareas rurales, avistajes de aves y cacerías de palomas.
PERSONAL
Cantidad de personas: 03
Idiomas: Inglés

Ficha 8

ESTABLECIMIENTO: Estancia Don Santiago
Dirección: Zona rural Pincen
Teléfono: 011-43224499
E-mail: viejespecialews@emiillfax.com.ar
Página Web: -
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO
Departamento: General Roca
Superficie: 800 Hectáreas
Ciudades próximas:
Río Cuarto 245 km.
Huinca Renanco 35 Km.
ATRATIVOS TURISTICOS
Casco histórico, cultura y actividades rurales, fauna y flora autóctona.
CARACTERISTICAS GENERALES
Infraestructura:
Su casa principal posee Además, el predio posee una pista de aterrizaje propia. Este establecimiento es de producción agrícola-ganadero, actividades desarrolladas en las 800 hectáreas que conforman el predio cuyo casco principal es de origen colonial.
Suministro de agua potable: Si
Suministro de luz eléctrica: Si
Suministro de calefacción: Si
Tratamiento de residuos: Si
Desagües cloacales: Si
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS QUE SE REALIZAN EN EL ESTABLECIMIENTO
Ganadería: Si
Agricultura: Si
Huerta orgánica: No

Granja: No
Elaboración de Productos regionales (especificar): No
Otras: -
SERVICIOS QUE OFRECE AL TURISTA
ALOJAMIENTO
Número de Habitaciones: 01 habitación doble en suite, dos habitaciones single, tres dobles y dos baños completos.
Numero de Plazas: 10
Precios: Habitación Doble \$ 250 x día. Habitación Single \$ 190 x día. Habitación Doble Suite \$ 390 x día.
GASTRONOMIA
Tipo de régimen: Pensión Completa
ACTIVIDADES RECREATIVAS
Los visitantes pueden realizar cacerías de patos y perdices, caminatas, cabalgatas, safaris fotográficos, paseos en carruajes antiguos, tareas rurales, avistajes de flora y fauna, y días de campo en estancias vecinas.
PERSONAL
Cantidad de personas: 04
Idiomas: Inglés

Entrevistas

ENTREVISTA PERSONAL

Nombre: Carlos Boniscontti

Cargo: Encargado del Club NAPECA (Caza y Pesca) de Río Cuarto

1- ¿Cuál es la misión del ente y sus principales funciones y objetivos específicamente en el plano cinegético?

El Club tiene por objeto reunir en su seno a los deportistas de la caza mayor y menor, con las solas limitaciones que estipula el estatuto, y su finalidad es la siguiente: a) Promover a la caza deportiva de las especies consideradas como tales, entendiéndose por caza deportiva la que se practica sin fines de lucro. b) Promover principalmente el uso adecuado del arma de caza. c) Establecer y fomentar relaciones y facilidades recíprocas con entidades similares del país y del extranjero e intercambiar publicaciones con las mismas. d) Propender el conocimiento y estudio de las armas requeridas para la caza. e) Propender a la conservación, preservación, propagación e implantación de nuevas especies de caza, y hasta donde sea posible, conseguir legislación sobre esta materia. f) Asistir en toda forma a las autoridades correspondientes en la redacción y cumplimiento de las leyes existentes y que se pudieran sancionar, nacional y provinciales, atinentes a la caza, tenencia, registro, comercialización, transporte y uso de las armas y sus correspondientes municiones. g) Propender a que la caza sea una entidad organizada y reglamentada en todo el territorio del país, para lo cual sus socios deberán contribuir. h) Colaborar con la Dirección de Ganadería, Subsecretaría de Asuntos Agrarios de Córdoba, Ministerio de Agricultura de la Nación, Museos de Ciencias Naturales, nacionales o provinciales, y con entidades afines del país y del extranjero.

2- ¿Cómo se compone el patrimonio del Club?

Se compone de: a) De las cuotas mensuales y de ingreso de los socios; b) De los bienes que puede poseer en la actualidad así como de los que adquiriera en lo sucesivo por cualquier título, y de la renta que los mismos produzcan, c) De las donaciones, herencias, legados y subvenciones que se le acuerden; d) Del producto de beneficio, rifas, concursos, exhibiciones, festivales y toda otra entrada que pueda percibir por cualquier concepto.

3- ¿Cómo esta constituido el Club?

El Club esta constituido por socios de ambos sexos; en tres categorías, a saber: a) Socios Cazadores; b) Socios Adherentes; c) Socios vitalicios.

Son socios cazadores, los mayores de veintiún años de edad que abonan la cuota de ingreso y sociales que fija la Comisión Directiva. Gozan de los beneficios sociales y del derecho de votar en las Asambleas, así como de ser elegidos para integrar los cargos y los órganos previstos en el estatuto.

Los socios cazadores tienen derecho a voto cuando cuentan con una antigüedad de un año y estén al día con su cuota social. Para ser elegidos en los cargos previstos en el presente Estatuto, se requerirá al socio cazador ser mayor de edad, tener la cuota al día, y poseer una antigüedad de dos años al momento de oficializarse la Lista de Candidatos.

Son socios adherentes todas aquellas personas que desarrollan actividades tendientes al recreo y / o esparcimiento y / o físico-deportivas mediante la utilización de los servicios prestados en las instalaciones del Club.

Para ser socio adherente se requiere: a) solicitud por escrito; b) satisfacerse la cuota de ingreso correspondiente; c) contribuir al sostenimiento económico del Club, mediante el abono de las cuotas sociales que se establezcan.

Son socios vitalicios los que cumplan treinta años como socios cazadores en forma interrumpida de antigüedad y 60 años de edad. Llegando automáticamente a esta categoría no abonarán cuota alguna, gozando de los mismos derechos y privilegios de los socios cazadores.

Para ser socio cazador se requieren las siguientes condiciones: a) tener, al momento de presentar la solicitud, veintiún años; b) poseer, siempre al momento de requerir su ingreso al Club, tarjeta de legítimo usuario de armas extendido por el RENAR, y / o documento y / u organismo que en el futuro haga sus veces; c) presentar una solicitud por escrito; d) abonar la cuota de ingreso y la totalidad de la cuota social correspondiente al año en que se inscriba; f) reunir las exigencias que se fijen en la Reglamentación.

4- ¿Cómo cesa el carácter de socio?

Los socios cesarán en su carácter de tales por: renuncia, exclusión, expulsión, suspensiones o fallecimiento. Las causas de expulsión serán las siguientes: a) faltar al cumplimiento de las obligaciones impuestas por estos Estatutos, b) Observar una conducta inmoral; c) Haber cometido actos graves de deshonestidad; engañando o tratando de engañar al Club o a sus asociados para obtener un beneficio material a costa de ello; d) Hacer voluntariamente daños al Club, provocar desórdenes en su seno u observar una conducta que sea notoriamente perjudicial a los intereses sociales; e) Desarrollar actividades políticas dentro del Club.

El uso de trampas, cebos tóxicos, lazos, la caza en forma masiva, la caza de animales nadando o atascado en la nieve o barro, la caza de hembras y animales jóvenes de especies deportivas (cérvidos y ovinos silvestres) con excepción de las que tengan que ser eliminadas por estrictas razones de control biológico, serán consideradas ofensas al Club, y cualquier socio que las cometa, podrá ser suspendido o expulsado si fuera reincidente.

5- ¿Cuáles son las obligaciones de los socios?

Son obligaciones de los socios: a) Conocer, respetar y cumplir los estatutos sociales, los reglamentos y resoluciones de las asambleas y de la Comisión Directiva; b) Abonar puntualmente las cuotas sociales, c) Aceptar los cargos para los que fuesen designados, salvo motivo justificado; d) Solidarizarse totalmente con los fines y principios de esta asociación; e) Mantener siempre conducta deportiva en todos sus actos; f) Contribuir al cumplimiento dentro de sus posibilidades: de las leyes y reglamentaciones nacionales o provinciales acerca de la tenencia, transporte, uso, registro, denuncia y transferencia de armas aptas para la caza y sus municiones, colaborando con las autoridades pertinentes a estos efectos.

6- ¿Cómo se compone la Comisión Directiva del Club?

La Comisión Directiva se compone de: un presidente, un vicepresidente, un secretario, un pro-secretario, un tesorero, un pro-tesorero, seis vocales titulares; cuenta además con tres vocales suplentes, quienes reemplazan a los titulares por orden de votos.

Para ser miembro de la Comisión Directiva, se requerirá tener dos años como mínimo de antigüedad como socio cazador al momento de oficializarse la Lista de Candidatos, y ser mayor de edad.

7-¿Cuáles son las atribuciones y deberes de la Comisión Directiva?

Son las siguientes: a) Efectuar las resoluciones de las Asambleas, cumplir y hacer cumplir estos estatutos y los reglamentos futuros interpretándose en caso de dudas con cargo de dar cuenta a la Asamblea más próxima que se realice; b) Dirigir la administración del Club; c) Convocar a Asambleas, d) Resolver la admisión de nuevos socios de conformidad con lo prescripto en este Estatuto y su reglamento; e) Resolver con respecto al artículo décimo segundo de estos estatutos y su reglamento; f) Nombrar empleados y todo personal necesario para el cumplimiento de las finalidades sociales, fijarles sueldo, determinar las obligaciones, amonestarlos, suspenderlos y destituirlos; g) Presentar en la Asamblea Ordinaria la memoria anual; h) Presentar Balance General; Inventario y Cuentas de Gastos y Recursos del ejercicio. i) Proceder a la adquisición de bienes muebles, semovientes o inmuebles cuando el valor de los mismos no supere el cincuenta por ciento del patrimonio neto de la Institución. j) Dictar el Reglamento General así como las reglamentaciones internas necesarias para el cumplimiento de las finalidades del Club, las que deberán ser presentadas a la Asamblea y las autoridades competentes a los efectos correspondientes; k) Proceder al manejo de fondos en Cuentas Bancarias o de Instituciones Financieras legalmente autorizadas para lo que se requerirá la firma conjunta de Presidente o Vicepresidente con Tesorero o Secretario.

8- ¿Tiene conocimiento si actualmente se lleva a cabo la práctica de turismo cinegético en el Sur de la Provincia de Córdoba, concretamente dentro de los límites de los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celmán, Pte. Roque Sáenz Peña, y Gral. Roca?

Son muy pocas las estancias que actualmente se encuentran inscriptas y que cuentan con una oferta turística cinegética, generalmente en el sur de Córdoba se desarrolla la

práctica de caza en campos de una manera informal que no cuentan con infraestructura y servicios de alta categoría, mas bien, se brinda alojamiento en las casas rurales de los propietarios, o bien se organizan cacerías con duración de un día, específicamente se cazan animales de pluma de menor porte.

9- *¿Considera al Sur de la Provincia de Córdoba como un destino apto y apropiado para llevar a cabo el desarrollo de turismo cinegético? ¿Esta zona posee fauna con valor cinegético? ¿Cuáles son las especies de animales que usualmente son cazadas dentro de esta región?*

Considero que sí, la provincia en general posee una amplia variedad de especies que puede ser ofrecido para la práctica de este tipo de turismo. El sur de Córdoba no tiene como actividad prioritaria al turismo cinegético ya que como todos sabemos la explotación agrícola-ganadera ha provocado el desmonte de la mayor parte de la superficie, y esto conlleva a que no todas las áreas son posibles de explotar debido a que la vegetación autóctona ha sido arrasada y muchas especies se han quedado sin un hábitat, de todas maneras hay zonas que siguen conservando las características innatas.

10- *¿Porque considera que el Sur de la Provincia no es promocionado como la zona Norte, en cuanto a lo que respecta al ámbito de turismo cinegético?*

Primero en principal por lo que mencioné anteriormente, esta situación nos pone en desventaja con la zona noreste de la provincia, además no poseemos la suficiente infraestructura para emprender un tipo de promoción ya que si decidimos captar demanda extranjera debemos tener que ofrecerle en todo sentido.

11- *¿Tiene conocimiento si existe algún indicio de proyecto en cuanto al desarrollo turismo cinegético sustentable para el Sur de la Provincia de Córdoba?*

No desconozco, aunque no estaría mal.

12- *¿Cómo describiría actualmente la relación que mantienen con el Sector público, específicamente con la Agencia Córdoba Ambiente?*

Se trata de tener una buena relación, pero no es fácil, tengo que ser sincero, esto debido a muchos factores, uno de ellos es la falta de información y desactualización, en cuanto a los cupos y zonas de veda para cada temporada, los mismos se informan muy cerca de las fechas, hay una deficiencia total, y esto provoca muchos inconvenientes, y hace que el club no pueda cumplir con sus funciones para las cuales ha sido creado, además nos han quitado mucha participación en todo, es difícil la situación.

Hoy el Club tiene como función reunir a los socios, a través de eventos y fiestas, y esto debería ser algo secundario, pero bueno, dada las circunstancias, es lo que hacemos.

Desde mi punto de vista, la administración política en lo que respecta a esta actividad, no esta trabajando con una máxima eficiencia, por lo que se podrían mejorar innumerables de aspectos, el tema es que nos encontramos limitados y las propuestas que presentamos no tienen repercusión.

ENTREVISTA PERSONAL

Nombre: Javier de Souza

Cargo: Gerente del Establecimiento

Nombre del Establecimiento: Coto de Caza “El Santiago”

1 ¿Usted conoce la cantidad aproximada de turistas que arriban cada año a nuestro país para llevar a cabo la práctica de caza?

Muchos, la verdad que estadísticamente no sé precisarte un número, deberías buscar en Internet, seguramente ahí encontrarás información bien detallada al respecto.

2 Según su criterio ¿Cuál cree que es el porcentaje de cazadores que desarrollan la caza menor y mayor?

No se decirte un porcentaje exacto, ambos tipo de caza son practicadas par a par, también depende del país que provienen, en este caso, el origen muchas veces marca la preferencia de la tipología de caza. En la mayoría de los cotos de la Argentina se orientan en ambas prácticas, ya que producen resultados económicos diferentes y ambas difieren en características que las hacen especiales.

3 ¿De qué países provienen la mayoría de los cazadores que visitan su Estancia?

En primer instancia de Europa (España, Italia y Francia principalmente) estos países se caracterizan en practicar turismo de caza menor, y muchas veces combinan con la caza mayor, también nos visitan cazadores provenientes de EEUU, éstos, practican caza mixta y también estamos recepcionando turistas de México, que se abocan en su totalidad a la caza mayor.

4 ¿Cómo se compone el segmento objetivo de cazadores? (edad, sexo, nivel socioeconómico, vienen solos, flia., cónyuge).

Las características principales del segmento, son las siguientes: Hombres mayores de 35 años en adelante, sexo masculino, alto nivel adquisitivo, generalmente vienen de grupos de a 04 personas, coincidiendo que estos acompañantes suelen ser sus amigos y/o conocidos. Actualmente se esta dando una tendencia muy importante, y es la que, los cazadores están viniendo con sus respectivas cónyuges y en algunos casos con sus hijos, ya que mientras que los hombres se dedican a la práctica de su deporte favorito, el complejo le ofrece a su familia, una variedad de actividades recreativas, deportivas y lúdicas (cabalgatas, treeking, safari fotográfico, paseos en barco por la laguna, etc.)

5 ¿Cuáles son los permisos necesarios para realizar este tipo de actividad, ya sea de parte del operador como de parte del cazador?

Se necesita contar con una habilitación provincial por parte del operador de turismo cinegético. El complejo debe reunir una serie de requisitos técnicos y legales que se

encuentran esbozados en las leyes de cada provincia. Por otra parte se precisa llevar a cabo una registración en el RENAR (Registro Nacional de Armas), en este caso por el uso y tenencia de armas de ambas partes, en donde debe constar en un formulario escrito las características de cada una de ellas, fechas precisas que se van a utilizar y los responsables a cargo, esto es por una cuestión lógica. El cazador que ingresa al coto debe tener una licencia de caza, para operar dentro del marco de la ley.

Además, cuando los cazadores vienen a buscar sus trofeos (que vendrían a ser por ejemplo, la cabeza del animal con sus cuernos, que se prepara especialmente para que tenga una duración permanente y no se produzca su descomposición) se necesitan llenar formularios en la parte de Aduanas y Migración Nacional.

6 ¿Cuál es la diferencia fundamental entre llevar a cabo caza menor y caza mayor? (ventajas y desventajas).

En términos económicos, la diferencia fundamental se basa en que la caza mayor requiere de una inversión mucho mayor, pero a un mediano plazo produce rendimientos productivos, esto se debe a que los cazadores vienen en busca de su trofeo y lo deben pagar de acuerdo a la calidad del animal. Para medir a ésta última, hay tablas específicas de acuerdo a cada animal y características particulares que se evalúan para calcular el costo preciso del mismo. En la caza menor hay una mínima inversión porque prácticamente se puede armar un coto con animales autóctonos que existan en el terreno fomentando su cría y respetando las épocas de veda, o bien, enfocándose a cazar alguna especie que sea considerada una plaga (como mejor ejemplo, es la caza de palomas).

En este caso a los turistas se les cobra la estadía y servicios consumidos, pero el margen de ganancia es mucho menor a comparación que el de la caza mayor.

7 ¿Es productivo para un campo, realizar únicamente este tipo de actividad?

Todo depende, generalmente se utiliza una parte del campo y el resto del terreno se lleva a cabo las típicas actividades agrícolas-ganaderas. En el caso particular del coto El Santiago, es una estancia que cuenta con aproximadamente 8.500 Has, y la parte que se utiliza para llevar a cabo turismo cinegético son solo 1500 Has del total, que han sido alambradas con un tejido de 2.20 mts. de alto para evitar la fuga de los animales que han sido colocados en el coto.

Este coto alcanza su punto de equilibrio con 50 cazadores que vengan al año, luego a medida que se incrementa la cantidad de visitas, se comienza a percibir ganancias.

8 ¿Cual es el capital necesario que recomendaría para iniciarse dentro de esta actividad?

Todo depende, si tenés el campo, o bien lo tenés que alquilar, que tipo de caza y actividades vas a llevar a cabo, la ubicación del terreno, si ya cuenta o no con los servicios básicos de agua, luz, Internet, etc., como también si ya posee un casco con

habitaciones o debes invertir para construir cabañas, otra inversión es la transportación, etc.

Son muchos factores que hay que evaluar para sacar los números finales y depende en cada situación en especial.

9 ¿Cómo describiría el modelo básico para poder desarrollar este tipo de turismo dentro de un establecimiento? (alojamiento, transporte, personal, guías, gastronomía, servicios, infraestructura y equipamiento).

Básicamente te pongo de ejemplo como se organiza este coto, como ya te comente anteriormente, es una gran estancia y solo se utilizan algunas hectáreas para el funcionamiento del coto. El Santiago, cuenta con dos grandes cabañas que poseen 04 habitaciones dobles que poseen un deck, kitchenette y el dormitorio (totalmente equipado), a su vez las cabañas tienen un ambiente en común con una sala de estar y un comedor, y en la parte de atrás una cocina. Al frente de las cabañas hay una laguna que se utiliza como elemento paisajístico y además se realizan algunas actividades recreativas. Luego a pocos metros, empieza la zona de cacería que esta estratégicamente planificada con diferentes caminos y apostaderos.

Estamos en una zona que esta desprovista de casi todos los servicios, y se hizo necesario dotar al complejo de todos los servicios para su funcionamiento, hasta Internet. Además a 30 Km. de este complejo, existe una pista de aterrizaje para avionetas privadas que se suelen contratar para traer a los cazadores.

El transporte que tenemos son camionetas 4 x 4, por el terreno y por la facilidad y comodidad que nos proveen. En cuanto al personal necesario, tenemos en la parte de la cocina a un chef con su respectivo ayudante, el mantenimiento y limpieza lo realiza una mucama. En la parte organizativa y de dirección del establecimiento estoy yo como encargado, y para llevar a cazar a los turistas se contratan los guías habilitados que suelen ser 04 personas que se dividen por sectores y cada uno de ellos acompaña algún cazador, también voy yo para supervisar y coordinar la cacería, nunca los mando solos. En la caza menor se hacen necesarios los secretarios, que son ayudantes que les dan los cartuchos, juntan los animales, etc. también conocido como pick up Boys.

Cuando recibimos turistas que hablan otro idioma diferente al castellano contratamos traductores, pero estos no se les está permitido cuando se practica la caza, solo ayudan en la comunicación en el resto de las actividades.

10 ¿Qué servicios up grade se les ofrece a los cazadores?

Todos los servicios que ofrezco en el programa que figuran en los folletos y en la Web es lo que se les brinda, siempre tratando de obtener la excelencia en el servicio. Pero aún no les ofrezco un up grade, a veces estos valores añadidos suelen surgir solos, con solo hacer las cosas bien y cumplir con lo que se promete, muchas veces los cazadores te agradecen por que el servicio supero sus expectativas.

Un estrategia que se emplea, es después de un tiempo, llamar a los cazadores que han visitado el coto para proponerles que regresen de nuevo, ofreciéndoles la posibilidad de adquirir nuevos trofeos, ya que lo pasa asiduamente es que una vez que el cazador tiene su propio trofeo se dirige a otros cotos para encontrar trofeos nuevos. Es por esta razón que implementamos esta técnica para tratar de lograr la fidelización del cliente, que no es para nada fácil.

11 ¿Cuáles son las armas frecuentemente utilizadas? ¿Qué tipo de municiones emplean?

Las armas las suelen traer los cazadores, en algunos casos se les alquila, pero es como decirte que un jugador de golf vaya a una competencia y alquile unos palos, es como que el arma de cada cazador tiene sus trucos y solamente la conoce el. Pero de todas maneras tenemos armas para alquilar, ya que en algunos países no es tan sencillo sacarlas. Además les proveemos de municiones cuando se quedan sin.

En el tema de las municiones tenemos dos tipos: las balas que se utilizan para la caza mayor, y los cartuchos que se disparan en la caza menor, ya que están compuestos por perdigones de plomo.

12 ¿Se pueden utilizar municiones alternativas que no sean de plomo? ¿Cómo son percibidas por los cazadores? ¿Que ventaja y desventaja tienen en comparación de las usuales? ¿Por qué no se implementan? ¿Qué tarifa aprox. tienen cada una de ellas?

En algunos países se están utilizando estas balas alternativas ya que el plomo es altamente contaminante, y si... es una realidad, el tema es que estas balas alternativas son de acero y no provocan el mismo proceso de calentamiento que las balas de plomo.

Además se necesita armas especiales o adaptaciones para que funcione este tipo de balas, que tienen un costo elevado, y para llevar a cabo una implementación masiva de este tipo de municiones se debería cambiar todas las armas del mundo.

Por otra parte no es la misma sensación al cazar, las balas de plomo tienen más fuerza, es otra cosa, los cazadores están acostumbrados a las balas típicas. La ventaja de estas municiones alternativas es que no son contaminantes. La tarifa no tengo idea, habría que averiguar en Internet.

13 ¿Realizaron un estudio de impacto ambiental previo? ¿Cuáles son los mecanismos que utilizan para evitar la contaminación por plomo?

No se realizó ningún estudio ambiental previo, y hasta ahora no se ha encontrado un mecanismo para evitar este tipo de contaminación ya que los perdigones se dispersan por todos lados, y ya al entrar con el contacto del aire empieza la contaminación, que se incrementa cuando el mismo toma contacto con el suelo. Es una triste realidad, que somos consientes.

14 ¿Cuál es el máximo ente regulador de esta actividad? ¿Se cumplen tal cual las zonas y épocas de veda?

Hay varios entes reguladores, siempre te tenés que regir por las leyes a nivel nacional y provincial específicamente.

Las zonas y épocas de veda se cumplen, si o si, ya que si no seria como matar a la gallina que pone huevos de oro. Porque si no respetas la época de veda se terminaría extinguiendo a los animales que son el recurso propio para esta actividad. No digo que todos las cumplan, se da en muchos casos de cazadores ilegales que se meten en los campos y hacen desastres o bien cazan a animales que están totalmente vedados en ciertas zonas, en esos casos existen las penalidades legales correspondientes, el tema es que no siempre se los atrapa y causan mucho daño.

15 ¿Cuál es el gasto promedio per capita que realiza el cazador en su estadía en la estancia?

Depende de la cantidad de noches contratadas, tipo de caza que lleva a cabo, servicios opcionales contratados y demás, pero calcula en promedio de una estancia de 03 días un gasto per capita de Usd 1500 y a veces más, esto es muy variable.

16 ¿Existen trofeos en la caza menor?

No existen, sino que el objetivo final es la cantidad de presas que se llega a cazar.

17 ¿Conoce algún coto de caza en el sur de la provincia de Córdoba?

No conozco ningún coto inscripto que este actualmente funcionando, tendrías que averiguar. Lo que sé que en algunos campos en la zona de Mackena y Villa Valeria específicamente en Villa Sarmiento, existía hace unos años un campo que se podía ir a cazar palomas, llamado la Estancia La Macarena.

18 ¿Tiene conocimiento de alguna estancia en el sur de la provincia que sería apta para realizar este tipo de turismo?

La verdad que no tengo idea, habría que ir a conocer y ver cuales son las condiciones en todo sentido desde lo natural (flora y fauna) como así también de los accesos, infraestructura y servicios.

19 ¿Considera apto el sur de la provincia para el desarrollo de esta actividad?

Desde mi punto de vista no creo que todo el sur de Córdoba sea apto, pueden existir algunas zonas, el problema es que esta parte de nuestra provincia, no posee montes, ya que prácticamente, fueron todos deforestados para sembrar cultivos o criar animales, debido a que son tierras muy buenas y fértiles.

20 ¿Existen diversos segmentos específicos de cazadores?

Si, pueden ser provinciales, nacionales o extranjeros. Y entre ellos los que combinan los dos tipos de caza o bien los que se especializan a una solamente.

21 *¿Qué tipos de estrategias de promoción utilizaron para hacerse y seguir haciéndose conocer? ¿A que tipos de eventos concurren? ¿Qué tipos de canales de comercialización utilizan a nivel nacional e internacional?*

Una herramienta que actualmente es muy poderosa y que nos permite llegar a todas partes del mundo es Internet, tenemos una página especialmente diseñada, te diría que la misma es muy atractiva, ya que cuenta con muy buenas imágenes y es bastante descriptiva, en cuanto a la información básica que necesita este tipo de turista.

A su vez esta página no esta aislada, sino que esta como link en la página Web. de una de las agencias de viajes más grande y con una excelente trayectoria de la ciudad de Río Cuarto. También asistimos a diferentes eventos de caza a nivel nacional e internacional, publicitamos en revistas especializadas y tenemos representantes en Europa.

22 *¿El turismo cinegético es estacional?*

Es muy estacional por las épocas de reproducción de las especies, y otros factores.

23 *¿Cuál es el destino de las presas posterior a la caza?*

Los animales de mayor porte se mandan a la taxidermia, para que les efectúen los tratamientos correspondientes, y son enviados al país de origen del cazador, en el caso de las presas más chicas generalmente se terminan tirando en un pozo, ya que se han ofrecido a comedores pero no aceptan este tipo de carne, como por ejemplo de palomas.

24 *¿Existe la posibilidad de utilizar las presas dentro del menú gastronómico del establecimiento?*

Si casi siempre, en el caso de nuestra alternativa culinaria se les prepara un plato típico con la presa que atrapó el cazador.

25 *¿Cuáles son las causas que usted cree que motivan al cazador extranjero a viajar a nuestro país para realizar esta actividad? ¿Cuál es la principal diferencia entre las regulaciones internacionales y la de nuestro país?*

Ante todo creo que es el tipo de cambio monetario que favorece a este tipo de turismo, además considero que las leyes no son tan restrictivas como en otros países, y otra es que los cupos de cazas son más amplios.

ENTREVISTA PERSONAL

Nombre: Gustavo Jaime

Ocupación: Guía de Caza

1 ¿Cómo describiría la actividad que realiza? ¿En que épocas la lleva a cabo? ¿Desde que año la realiza?

Por el momento acompaño a grupo de personas nativas de nuestro país a cazar en las zonas habilitadas dentro del Sur de Córdoba y San Luis.

Desde adolescente fui cazador, mi pasión es la caza de jabalí. Recién el año pasado comencé con este emprendimiento cinegético.

2 ¿Conoce a otras personas que realicen la misma actividad que usted, en la misma zona geográfica?

Si, tengo muchos conocidos que realizan esta actividad, en la mayoría de los casos en campos privados del sur de nuestra provincia.

3 A su criterio y experiencia ¿Cuáles son las principales zonas cinegéticas del Sur de Córdoba? De todas ellas, ¿cuáles considera que poseen mejores condiciones para desarrollar la actividad cinegética?

Hay muchas áreas cinegéticas dentro del sur de la provincia. Fundamentalmente las que poseen mejores condiciones naturales son las zonas de: Lagunas y Fortines, la zona que se encuentra entre el departamento de Río Cuarto límite con San Luis, y en el departamento de General Roca, fundamentalmente en los márgenes del Río Quinto.

4 ¿Cuáles son las especies de animales habilitadas por la Agencia Córdoba Ambiente que es posible cazar en esas zonas?

Hay muchas especies, por un lado tenemos animales de caza menor tales como palomas, perdices, vizcachas, liebres, patos, entre otros. Y en lo referente a la caza mayor, se pueden encontrar en esta zona una gran cantidad de chanchos jabalíes, como así también ciervos y pumas. Esto se da porque en el año 1910 Pedro Luro, un gran aficionado de la caza, se instala en la Provincia de La Pampa. Este señor no solo explotó los montes de esta región, sino que introdujo animales desde Europa, como los ciervos, jabalíes, faisanes, etc., constituyendo así el primer Coto de Caza organizado de la Argentina. Luego estas especies comenzaron a expandirse por todo el territorio argentino.

5 Conoce de la existencia de algún Coto de Caza Mayor y/o Menor que se encuentre habilitado?

No en el sur de Córdoba.

**6 ¿Donde se encuentran ubicados los campos privados que es posible llevar a cabo la caza?
¿Poseen infraestructura de alojamiento y gastronomía para atender a los turistas cazadores?
¿Conoce alguna estancia en la zona de estudio que lleve a cabo este tipo de actividad?**

Hay grandes estancias dispersas en esta región de estudio, algunos establecimientos son Estancia San Rafael, La Montara, Laguna Oscura, Los Chañares, La Panchita, El Mataco, Villa Amelia, La Macarena, entre otras. La mayoría otorga permisos y autoriza a cazadores a realizar esta actividad en sus tierras.

Actualmente ninguna se dedica exclusivamente a la actividad cinegética, pero si cuentan con grandes cascos donde se podrían alojar a los cazadores. Muchas de estas estancias tienen más allá de las zonas agriculturizadas, montes autóctonos, lagunas, donde además de existir fauna autóctona, se dan todas las condiciones para instalar un coto e introducir animales.

7 ¿Cómo describiría la actuación y la realización de sus funciones específicas dentro de este ámbito por parte de la Agencia Córdoba Ambiente?

Considero que la Agencia Córdoba Ambiente no realiza sus funciones de una manera eficiente, ni de asesorar ni el control de policía. Es como que se nota una desorganización y falta de información. Además en comparación con la provincia de San Luis, es notable la diferencia en todo, es como que a pesar de que Córdoba atrae a cazadores a nivel internacional se muestra una falta de planificación, como que en las funciones de conservación, control de especies, leyes, permisos, y todo lo que respecta a este tipo de actividad, noto que hay una falta de solidez y desorganización.

Cuando entras a otras provincias, como en el caso de San Luis, te controlan al ingreso y a la salida, desde las cartillas de vacunación de los perros, las armas, permisos, la cantidad de presas, etc. Es como que es evidente que esta provincia va a desplazar a Córdoba si no se implementan desde ya modificaciones en el ámbito cinegético.

8 ¿Conoce algún evento que se realice en esta zona que convoque a cazadores?

En Villa Huidobro se suelen llevar a cabo competencias. Te explico, cuando se hace un campeonato de una determinada especie, por ejemplo del jabalí, se busca un lugar geográfico central y se convoca a los cazadores a inscribirse. Cada uno de ellos caza en su zona y luego el día que finaliza viaja al punto de encuentro para mostrar su trofeo, en el cazo del chancho, el trofeo se lo gana el que tiene colmillos mas largos en el macho y en la hembra la que posee mayor Kg.

Otros tipos de eventos se realizan en el mismo lugar por ejemplo los que se relacionan con la caza menor, o lo que se llama tiro al vuelo.

9 ¿Porque considera que el sur de Córdoba no está aun posicionado como un destino de turismo cinegético? ¿Que le falta a su criterio? ¿Que propuesta o recomendación haría para desarrollar el destino desde su perspectiva?

Considero que el sur es una zona apta para el desarrollo de la actividad cinegética, pero que no se ha tomado en cuenta desde el nivel gubernamental, ni tampoco los privados han hecho nada para fomentar esta actividad. Creo que se debería promocionar mucho más esta zona, pero además de eso se debería fomentar el tema de inversión para contar con establecimientos preparados para lo que buscan los turistas extranjeros. Ellos vienen por caza mayor y de paso realizan la menor, a su vez quieren un excelente alojamiento y gastronomía, y por que no realizar otras actividades en torno a la vida rural o visitas a otros atractivos de la provincia y del país.

ENTREVISTA VÍA E-MAIL

Nombre: Ezequiel Gestal

E-mail: ezequiel.gestal@cba.gov.ar

Cargo: Integrante de la Agencia Córdoba Turismo, sede de Río Cuarto

1- ¿Cuál es la misión del ente?

La Agencia Córdoba Turismo Sociedad de Economía Mixta tendrá competencia en todo lo inherente a las atribuciones, poder de policía, derechos y actividades vinculadas con la promoción, regulación y supervisión de las actividades turísticas en el ámbito provincial y en particular, entender en:

1. La determinación de los objetivos y la formulación de las políticas del área de su competencia.
2. La ejecución de los planes, programas y proyectos del área de su competencia elaborados conforme a las directivas que imparta el poder ejecutivo.
3. La elaboración y ejecución de las políticas para el desarrollo turístico provincial tanto a nivel nacional cuanto internacional.
4. La consolidación y mejoramiento del equipamiento e infraestructura turística existente.
5. La superintendencia en zonas de reserva del patrimonio turístico.
6. La participación y colaboración con el Ministerio de Educación de la Provincia, en cuestiones referidas a los diversos establecimientos donde se imparta enseñanza orientada hacia la actividad turística, o en aquellos en que el Turismo, la Hotelería o la Carrera de Guías conformen la esencia principal de la formación académica.
7. La dirección, control y preservación de las zonas de dominio público, como asimismo los espacios o zonas privadas afectadas a la actividad o explotación turística y/o recreativa.

2- ¿Tiene conocimiento si actualmente se lleva a cabo la práctica de turismo cinegético en el Sur de la Provincia de Córdoba, concretamente dentro de los límites de los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celmán, Pte. Roque Sáenz Peña, y Gral. Roca?

Esto lo podrás encontrar en la pagina de la Agencia Córdoba Turismo www.cordobaturismo.gov.ar, las estancias que se encuentran actualmente registradas son las que están en funcionamiento en la Provincia de Córdoba.

3- ¿Considera al Sur de la Provincia de Córdoba como un destino apto y apropiado para llevar a cabo el desarrollo de turismo cinegético? ¿Esta zona posee fauna con valor cinegético? ¿Cuáles son las especies de animales que usualmente son cazadas dentro de esta región?

Esta pregunta la deberás consultar con el área de Fauna de la Agencia Córdoba Ambiente.

4 - ¿Cuál es la cantidad aproximada de turistas que arriban cada año a nuestra provincia para llevar a cabo la práctica de caza?

De acuerdo a la Cámara de Turismo cinegético de la provincia, estos visitantes representan algo más de 10% del turismo receptivo internacional, lo que se traduce en un piso de unas 10 mil personas, de las que 9 mil proceden de Estados Unidos y el resto de Europa.

5- ¿Porque considera que el Sur de la Provincia no es promocionado como la zona Norte, en cuanto a lo que respecta al ámbito de turismo cinegético?

No hubo respuesta.

6- ¿Tiene conocimiento si existe algún indicio de proyecto en cuanto al desarrollo turismo cinegético sustentable para el Sur de la Provincia de Córdoba?

No hubo respuesta.

ENTREVISTA VÍA E-MAIL

Nombre: Dra. María Amelia Chiófalo

Ocupación: Ex-Secretaria de Ambiente Córdoba.

Contacto: Eliana Ghiglione

(integrante de la Secretaria de Ambiente, sede Río IV.)

E-mail: eliana.ghiglione@cba.gov.ar

1- ¿Cuál es la misión del ente?

2- ¿Tiene conocimiento si actualmente se lleva a cabo la práctica de turismo cinegético en el Sur de la Provincia de Córdoba, concretamente dentro de los límites de los departamentos de Río Cuarto, Juárez Celmán, Pte. Roque Sáenz Peña, y Gral. Roca ?

3- ¿Considera al Sur de la Provincia de Córdoba como un destino apto y apropiado para llevar a cabo el desarrollo de turismo cinegético? ¿Esta zona posee fauna con valor cinegético? ¿Cuáles son las especies de animales que usualmente son cazadas dentro de esta región?

4 - ¿Cuál es la cantidad aproximada de turistas que arriban cada año a nuestra provincia para llevar a cabo la práctica de caza?

5- ¿Porque considera que el Sur de la Provincia no es promocionado como la zona Norte, en cuanto a lo que respecta al ámbito de turismo cinegético?

6- ¿Tiene conocimiento si existe algún indicio de proyecto en cuanto al desarrollo turismo cinegético sustentable para el Sur de la Provincia de Córdoba?

Informe proporcionado en respuesta a las preguntas de dicha entrevista

Es importante destacar que las siguientes respuestas tienen como lineamiento básico las actividades que se desarrollan en el área de fauna silvestre de esta Secretaria de Ambiente, por ello es que dichas respuestas están direccionada a la gestión de Fauna Silvestre en la Provincia de Córdoba.

Si consideramos el ente como el área Fauna silvestre, podemos decir que los objetivos de dicha área son:

- Implementar un sistema de Ordenamiento Ecosistémico y de gestión eficiente en cuanto al uso sustentable del Recurso Natural.
- Desarrollar programas de Conservación de especies silvestres.
- Desarrollar programas de relevamiento poblacional de especies representativas de la fauna silvestre.
- Impulsar el aprovechamiento sustentable de la fauna silvestre.
- Regular la introducción de especies exóticas.

En cuanto a la práctica de caza es importante destacar que en nuestra provincia se autoriza anualmente la práctica de caza comercial de diferentes especies (liebres, zorros, iguanas o lagartos) y de caza deportiva también de diferentes especies de interés cinegético (inambues, patos, loras, palomas, jabalíes, etc.)

La Dirección de Recursos Naturales de la Secretaria de Ambiente de la provincia de Córdoba, tiene como función primordial realizar informes técnicos, que evalúen la situación poblacional de las diferentes especies de fauna (muestreos poblacionales) a las que se pretende realizar uso. Dichos informes son elevados a la Superioridad de esta Secretaria, acompañados de las propuestas de reglamentación. En dicha propuesta se sugieren cupos de caza, temporadas de caza, zonas de caza y modalidad de caza, para cada una de las especies y dependiendo de si se trata de caza comercial y o deportiva. Las Autoridades de este Órgano de Aplicación emiten Resoluciones anuales específicas para cada una de las especies y actividad de caza.

En todo el territorio de la provincia de Córdoba, se lleva adelante el turismo cinegético. Es importante destacar que en esta Unidad de Trabajo existen registrados y habilitados establecimientos de caza mayor, denominados “Cotos de Caza”.

Además, desde esta Secretaria de Ambiente (Área Policía Ambiental y Administración) se habilitan campos en los que se desarrolla turismo cinegético de paloma.

Es de destacar que todas aquellas zonas, que desde esta secretaria se habilitan para el desarrollo de la actividad de Caza, son previamente evaluados, analizando exhaustivamente las condiciones ambientales (flora, fauna, relieve, zonas aledañas, condiciones ecosistémicas, biodiversidad, etc.)

En nuestro territorio provincial existe una biodiversidad faunística, tal que muchas de esas especies son de interés cinegético, pero ello no quiere decir que todas esas especies se habiliten para la actividad de caza. Para que una especie sea habilitada para el desarrollo del uso, requiere previamente, que desde este Órgano de Aplicación se evalúe la situación poblacional de dicha especie y se determine, si es factible dicho uso, bajo la primicia de la sustentabilidad y así se establezcan zonas, cupos, temporadas y modalidades de caza.

Como las Resoluciones de Caza que emite esta Secretaria de Ambiente son anuales, implica que cada año antes de habilitar la temporada de caza, se evalúen ciertos aspectos como los antes citados, lo que permite determinar las especies aptas para la actividad de caza. Así, se puede mencionar que en el presente año se habilitó para:

Caza comercial las siguientes especies: zorros, liebres, lagartos.

Caza deportiva: palomas, loras, jabalíes, inambues, liebres y patos.

Las relaciones que esta secretaria realiza con diferentes Organismos Gubernamentales y no Gubernamentales son bajo la primicia de mantener un dialogo, en cuanto a que el uso de los recursos debe ser siempre sustentable, con gestiones integrales ecosistémicas de conservación, control, fiscalización y desarrollo de los recursos.

La información en cuanto a zonas de veda y de caza, cupos de caza, puede obtenerla en la página de la Secretaria, dentro del link caza y pesca, donde constan las Resoluciones que se emiten desde este Órgano de Aplicación.

Desde esta Unidad de trabajo se desconoce actualmente el total de turistas que arriban a nuestra provincia para realizar la actividad de caza (este dato está registrado en la Secretaría de Turismo de la provincia). Esta secretaria solo lleva un registro mensual del total de licencias y permisos anuales y diarios tanto de caza como de pesca, que se venden en toda la provincia.

Personalmente no considero que existan diferencias zonales en la promoción.

Es importante destacar que cualquier actividad que se promocióne no implica únicamente el desarrollo de esta, por ejemplo la actividad de caza implica un incremento en el servicio hotelero, gastronomito, turístico, etc., lo que puede impactar directamente en que algunas zonas tengan más promoción que otras

Es cuanto desde esta Unidad de trabajo se puede informar.

Encuesta realizada por la Agencia Córdoba Turismo a la TUCICOR
Año 2006 - Turismo Cinegético - Caza de Palomas

Evolución

De la Organización

1. Fecha de creación de la cámara y motivos de la misma

La Cámara de Turismo Cinegético inicia sus actividades en el año 2002.

Siendo sus objetivos: difundir, fomentar, defender y/o de cualquier manera contribuir al desarrollo del turismo cinegético (turismo o safari de cacería) en la provincia de Córdoba ya sea peticionando antes las autoridades, impulsando proyectos de ley o reglamentaciones y, en definitiva, desplegando todo tipo de labor que tenga por fin la promoción y defensa de esta actividad.-

2. ¿En que aspectos cree que ha mejorado o evolucionado positivamente la oferta de caza de palomas en los años que se lleva ofreciendo y vendiendo la misma?

En el perfeccionamiento de los prestadores del servicio.

En el marco legal dado por la figura de Operador Cinegético por la autoridad de aplicación Registro Nacional de Armas.

En el posicionamiento del destino a nivel internacional como la Capital Mundial del Tiro al Vuelo.

En la creación de la Cámara de Turismo Cinegético que nuclea a los casi la totalidad de los operadores cinegéticos

3. ¿Cuántas empresas de caza de palomas existen estimadamente en Córdoba y cuántos de ellos son miembros de la cámara?

Estimadamente existen 26 empresas en la provincia de Córdoba de las cuáles 21 están asociadas a la Cámara.

De la afluencia de espectadores

1. ¿Cuáles son los meses de mayor y menor afluencia de cazadores?, ¿ha habido una evolución o curva ascendente en la cantidad de cazadores que arriban a Córdoba, permanece estable o ha disminuido?

Los meses de menor afluencia son diciembre y enero y el resto del año la cantidad de turistas es pareja.

La afluencia es descendiente en los últimos dos años.

- 2. *¿Ha crecido el N° de cazadores después del quiebre económico (Dic 2001), Dólar – peso o dólar – euro?, en caso afirmativo de respuesta, ¿en qué N° o proporción puede haber sido?***

No contamos con datos previos al 2002 para hacer esta comparación.

Composición de la oferta y su demanda

De la oferta

- 1. *¿Cuál crees que es la característica de la caza de palomas en Córdoba, que la hacen única o diferente de similares ofertas en Argentina y el mundo?***

Córdoba no es el único destino para la práctica de esta actividad en la Argentina, sobre todo en estos últimos años donde el apoyo oficial ha hecho que otras provincias y países vecinos incrementen anualmente la afluencia de Turistas Cinegéticos.

Para nuestra provincia los beneficios son los siguientes:

La facilidad de tener un aeropuerto internacional

La presencia de rutas asfaltadas

El clima

La cercanía a la ciudad de Córdoba

La experiencia de los operadores cinegéticos

La infraestructura edilicia de cada empresa

La calidad en la logística de las empresas cinegéticas de Córdoba

El recurso natural

El posicionamiento

- 2. *¿Cómo consideras en cantidad y calidad el siguiente soporte turístico de Córdoba para la llegada de cazadores?***

No podemos responder ya que no sabemos si se refiere al soporte de la actividad cinegética o al que brinda la provincia

Si se refiere a nuestra actividad es:

Hoteles - Alojamiento

- ☐ Malo
- ☐ Bueno
- ☐ Muy Bueno
- ☐ Excelente

Si crees que se debe mejorar este componente, ¿en que sería?

- ☐ Servicio acorde a la categoría del hotel
- ☐ Relación precio - Calidad
- ☐ + Cantidad de plazas
- ☐ Otro (¿qué?) Diversificación de alternativas. Los que hay son buenos, pero sería más interesante contar con otros más también buenos.

Transporte Aéreo

- ☐ Malo
- ☐ Bueno
- ☐ Muy Bueno
- ☐ Excelente

Si cree que se debe mejorar este componente ¿en que sería?

- ☐ + Frecuencias
- ☐ Relación precio - Calidad
- ☐ Mejores conexiones
- ☐ Puntualidad
- ☐ Otro (¿qué?)

-La actividad cinegética desplaza a gran cantidad de turistas al año y los mayores inconvenientes del viaje se relacionan con las líneas aéreas:

-Cambio en horarios y días de vuelos una vez comprado los pasajes, más aún: cancelaciones.

-Pérdida de equipaje en conexiones

-Retrasos en los vuelos de cabotaje que ocasionan la pérdida del vuelo internacional si se sale por Ezeiza.

-Existen horarios de vuelos de Lan Chile que directamente no permiten cazar el día en que el pasajero arriba.

De la demanda (ver gráficos anexados)

USA 88%

Europa 10%

Países Limítrofes y otros 2%

Competencia

- 1. *¿Cree usted que hay otras ofertas de caza de paloma en Argentina, mejores que las de Córdoba?, en caso de respuesta afirmativa, ¿cuáles son?***

Hasta el momento no sabemos si otras ofertas de caza son mejores que las de Córdoba. Lo que sí existe es un incremento de inversiones de hotelería para recibir esta clase de turismo en Provincias vecinas. Se puede cazar Paloma en Argentina en provincias como: Entre Ríos, Santiago del estero, Salta, San Luis, Provincia de Buenos Aires. Y en Países limítrofes tales como Uruguay, Paraguay y Bolivia. En todas ellas la magnitud de palomas es menor pero presentan la ventaja de tener costos de licencias mucho mas bajos que en Córdoba y menos impuestos.

- 2. *¿Qué no tiene la caza de palomas en Córdoba hoy, que si tenga la competencia, y vos crees que debería tener?***

Apoyo Gubernamental, tasas acordes a otras plazas donde se realiza la actividad, agilidad en el aeropuerto Córdoba para que los pasajeros salgan antes (el tramite, una vez llegados puede llevarles 1 hora y media o dos de acuerdo a la cantidad de grupos arribando simultáneamente), licencias más bajas (Orbita de Secretaria de Ambiente), ingreso de armas mas bajo (bajo la órbita de RENAR).

- 3. *¿Cómo calificas el apoyo oficial, (municipal, provincial o nacional), que recibe esta actividad (apoyo promocional, subvenciones o subsidios, exenciones impositivas, etc)?***

El apoyo Municipal Regional (localidades Córdoba Norteña) es positivo

Provincial: ha cambiado levemente para mejor los últimos años

Nacional: se mantienen relaciones institucionales frecuentemente con los entes como RENAR, Aduana, ORSNA, PSA.

La actividad nunca tuvo de parte del Gobierno Provincial apoyo promocional, ni subsidios ni exenciones impositivas.

- 4. *¿Se realizan anualmente eventos, torneos, actividades especiales o alguna estrategia en temporada baja con la finalidad de captar cazadores en períodos donde no arriban tantos?***

Promociones comerciales que tiene cada empresa por su cuenta.

Sustentabilidad

1. ¿Como crees que es la conducta de los cazadores con respecto al cuidado de los lugares destinados para caza?

- ☐ Mala
- ☐ Discreta
- ☐ Buena
- ☐ Muy Buena
- ☐ Excelente

2. Si existiera alguno de los siguientes impactos por la actividad, ¿cuál crees que es el mayor producido por los cazadores?:

- ☐ Comienzo de incendios

No hay registro de incendios iniciados por causa de la actividad. Las empresas son muy responsables en cuanto al cuidado de los campos ya que ese es su principal recurso.

- ☐ Alteración de la fauna con gritos, ruidos, música, etc.

Si esto sucediera en forma desmedida si sería negativo, pero en realidad el ruido ocasionado es el normal de un grupo de personas comiendo juntas (la comida es el único momento en que esta junto el grupo - el resto del día los cazadores están solamente acompañados por su secretario de campo – el que generalmente no habla ingles)

- ☐ Desechos cloacales en lugar
- ☐ Pisoteo de la zona

Los campos de tiro se rotan y alternan para ayudar a la paloma – recurso- en los casos en que se tira en el mismo lugar la limpieza es imprescindible para poder presentar el puesto de tiro al siguiente cazador.

- ☐ Diseminación de plomo

Los estudios de impacto revelan que no hay contaminación por plomo en el suelo y en el agua de los campos en donde se caza con perdigones de plomo ya que el PH del suelo no los degrada – La prohibición del uso de munición de plomo en cacería se aplica a nivel mundial para la caza de Patos y especies similares en HUMEDALES. Y siempre en vistas de proteger a la especie ya que de ninguna manera el efecto es sobre humanos.

Existen estudios privados que avalan la certeza de que no hay grados superiores al normal estándar de plomo en los campos de caza.

- ☐ Otros (¿cuales?)

3. ¿Qué tipo de acciones o programas, realizan ustedes, los entes oficiales o ambos, para controlar o minimizar los impactos?

Esta actividad contribuye positivamente a la preservación del monte nativo, ya que en toda la provincia las zonas que no se han talado por interés de las empresas cinegéticas han sido precisamente los dormideros de palomas- Hectáreas de bosque virgen que se preservaron gracias a la actividad.

Por ende la fauna nativa también se ha visto beneficiada.

Cada empresa tiene asumida la responsabilidad de la limpieza y tratamiento de los residuos, del uso y la rotación de los campos y del control de la especie que se caza.

Además hay que recordar que quién controla esta actividad es la Agencia Córdoba Ambiente que es quien tiene el poder de policía para aplicar las sanciones que puedan corresponder a alteraciones que pueda producir la actividad en el Medio Ambiente.

De todas maneras la Cámara de Turismo Cinegético realiza auditorías ambientales de la actividad.

4. *Para establecer los lugares para cazadores en los cotos, ¿planifican capacidades de carga de esos espacios, o no ?*

Las empresas con su experiencia saben hasta que punto pueden utilizar un campo y cuando deben llevar a los cazadores a otro, además como la paloma cambia su recorrido esto ocurre naturalmente con la actividad, se cambia de campos según en donde este la paloma. La rotación de campos y lugares de tiro es permanente.

5. *¿Qué tipo de acciones o programas, realizan ustedes, los entes oficiales o ambos, para controlar o minimizar los impactos?*

Contamos con una consultora de impacto ambiental que nos asesora en materia de monitoreos y estudios de impacto ambiental.

6. *¿Estimadamente cuantas personas o familias cree s que directa o indirectamente viven de la caza de la paloma?*

Se estima que 1000 familias esparcidas en las regiones donde se realiza la actividad .

7. *¿Cree Ud. que el futuro de la Caza de la Paloma puede sufrir cambios de acuerdo a los cambios políticos que hubiese en la Provincia o no?*

Creemos que no ya que esta actividad se ha estado desarrollando por los últimos 15 años con diferentes gobiernos en la Provincia de Córdoba.

8. *¿Posee su organización un estimado de impacto económico?*

Lo estimado por el estudio de Impacto Socio económico es de aproximadamente 70.000.000 de pesos por año al 2004.

Análisis de Diagnóstico (FODA)

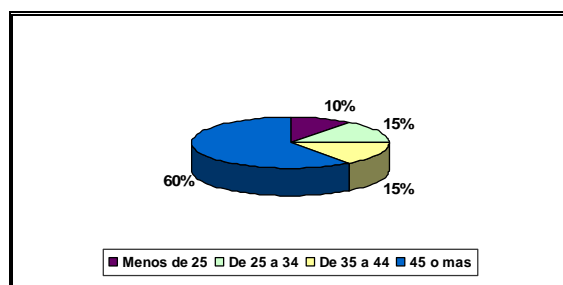
Podrías completar por favor el siguiente análisis de diagnóstico o matriz FODA sobre la caza de palomas en Córdoba

Fortalezas	Debilidades
Recursos naturales fuertes Ubicación geoestratégica Servicio y experiencia de los operadores cinegéticos	Falta de apoyo del gobierno Tramites engorrosos y lerdos en los órganos de aplicación Falta de eficiencia de las líneas aéreas Tasas impositivas altas
Oportunidades	Amenazas
El destino Córdoba ya está reconocido en el mercado internacional por la calidad de sus servicios. Otros lugares del mundo no tienen el desarrollo en infraestructura que hay en Córdoba Que la Provincia aproveche la oportunidad de aumentar el nivel de turistas extranjeros Desarrollo del Turismo Cinegético comparado con los mejores destinos a nivel mundial	Que el gobierno y los organismos de aplicación continúen aplicando tasas , impuestos y cargos que aumentan el precio del producto. Que otras provincias desarrollen su infraestructura hasta igualar a la de Córdoba y se tornen competencia directa Que otros países limítrofes le quiten el mercado a Córdoba Perder un segmento del mercado estimado en millones de personas que solamente realizan esta actividad.

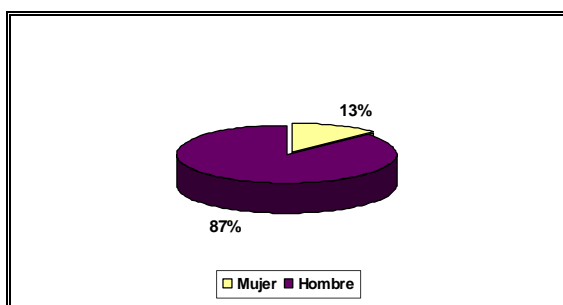
Gráficos: Características de la Demanda Cinegética de la Provincia de Córdoba

A continuación se presentan los gráficos que ha elaborado la TUCICOR para la encuesta solicitada por la Agencia Córdoba Turismo.

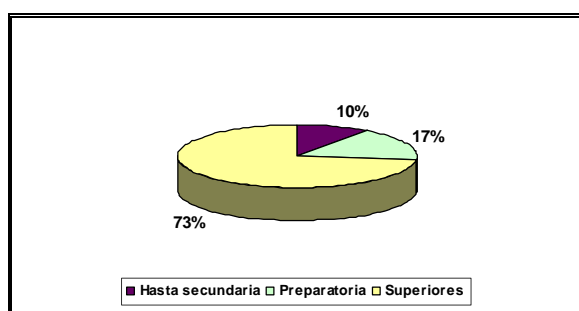
1) Edad:



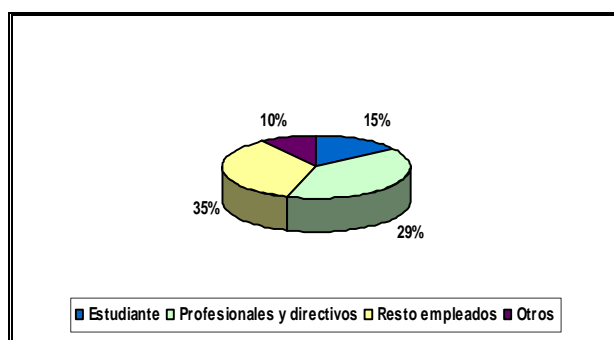
2) Sexo:



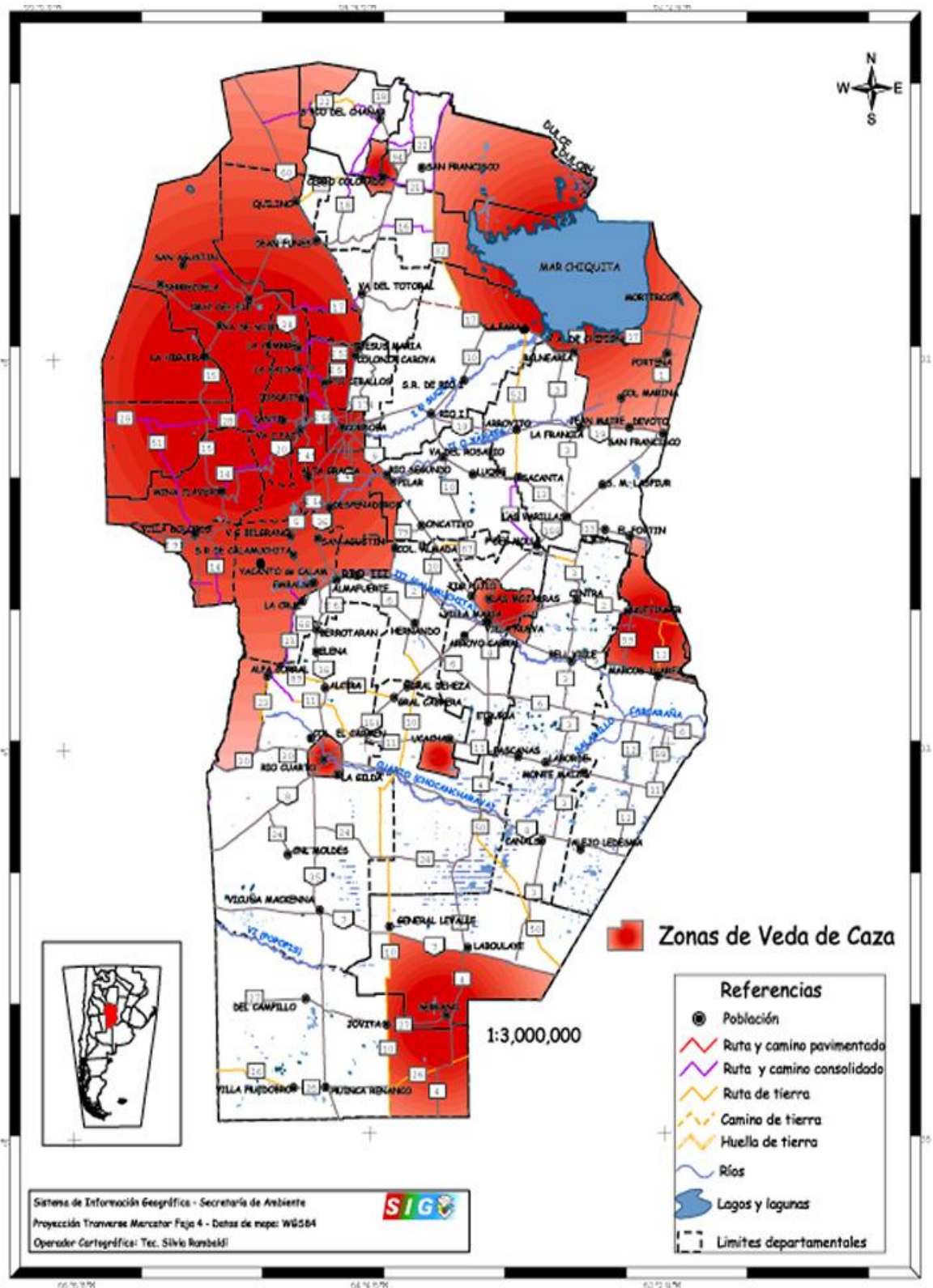
3) Nivel Educativo:



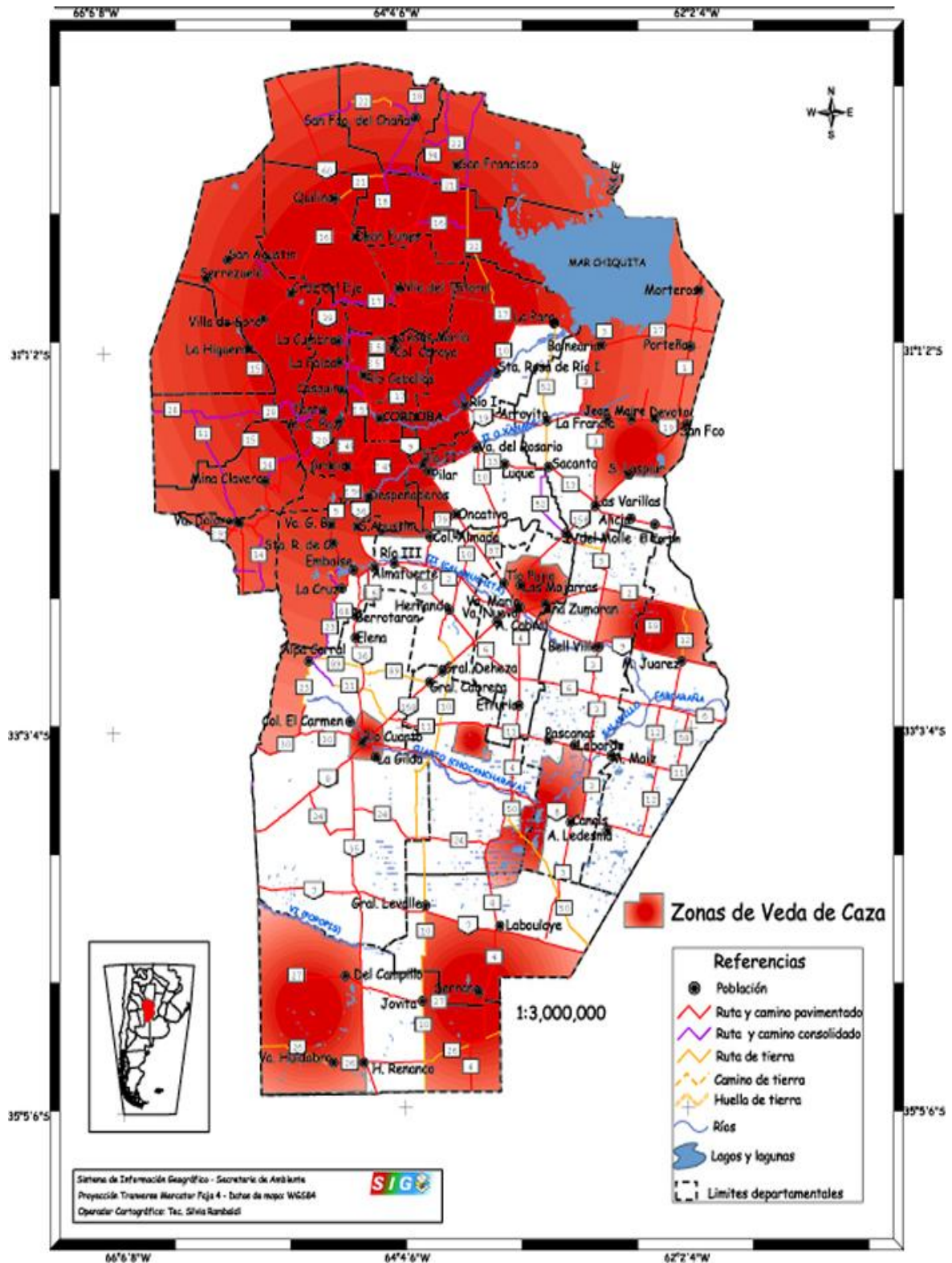
4) Ocupación:



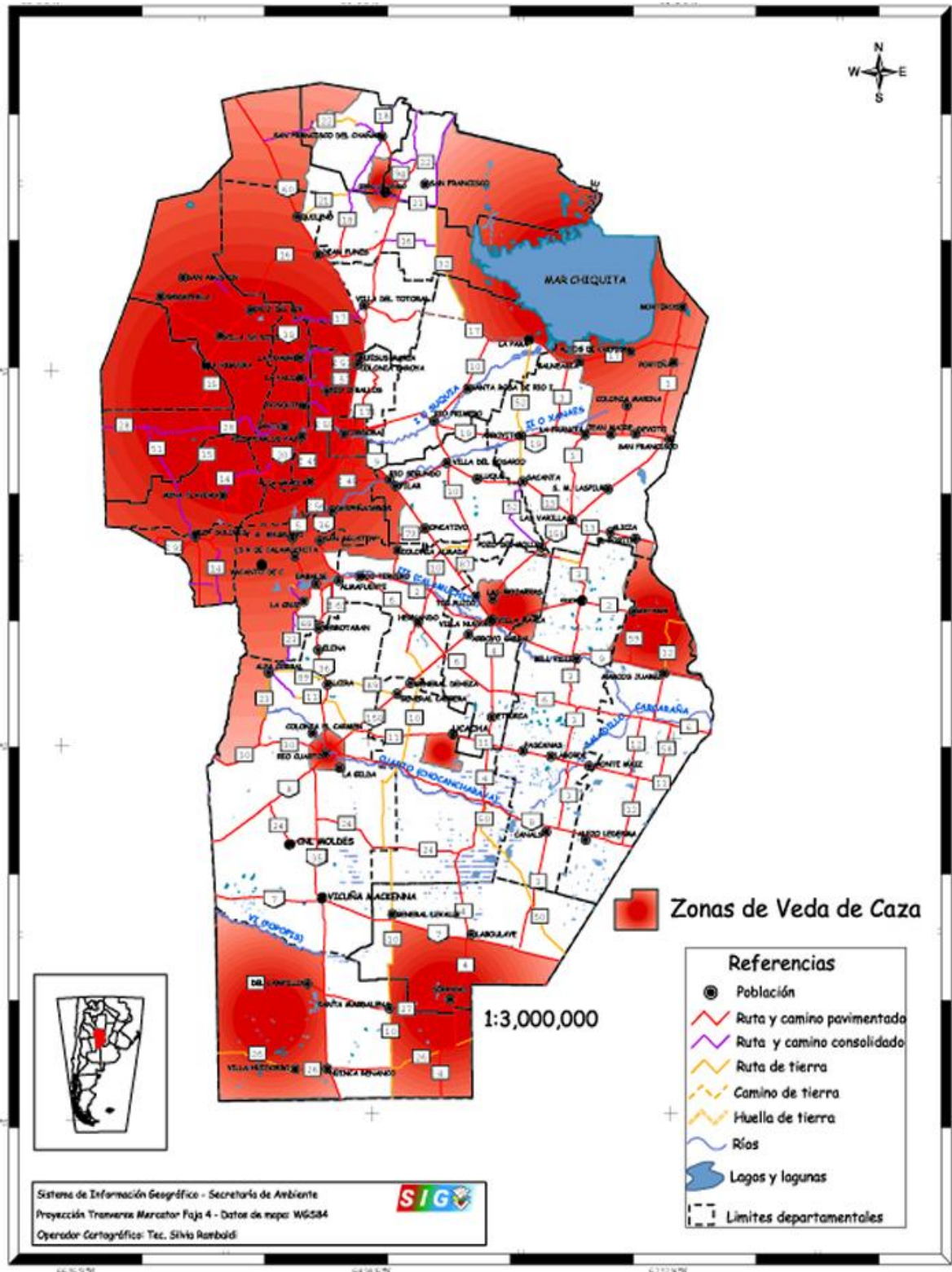
Mapa de Zona de Veda del Jabalí



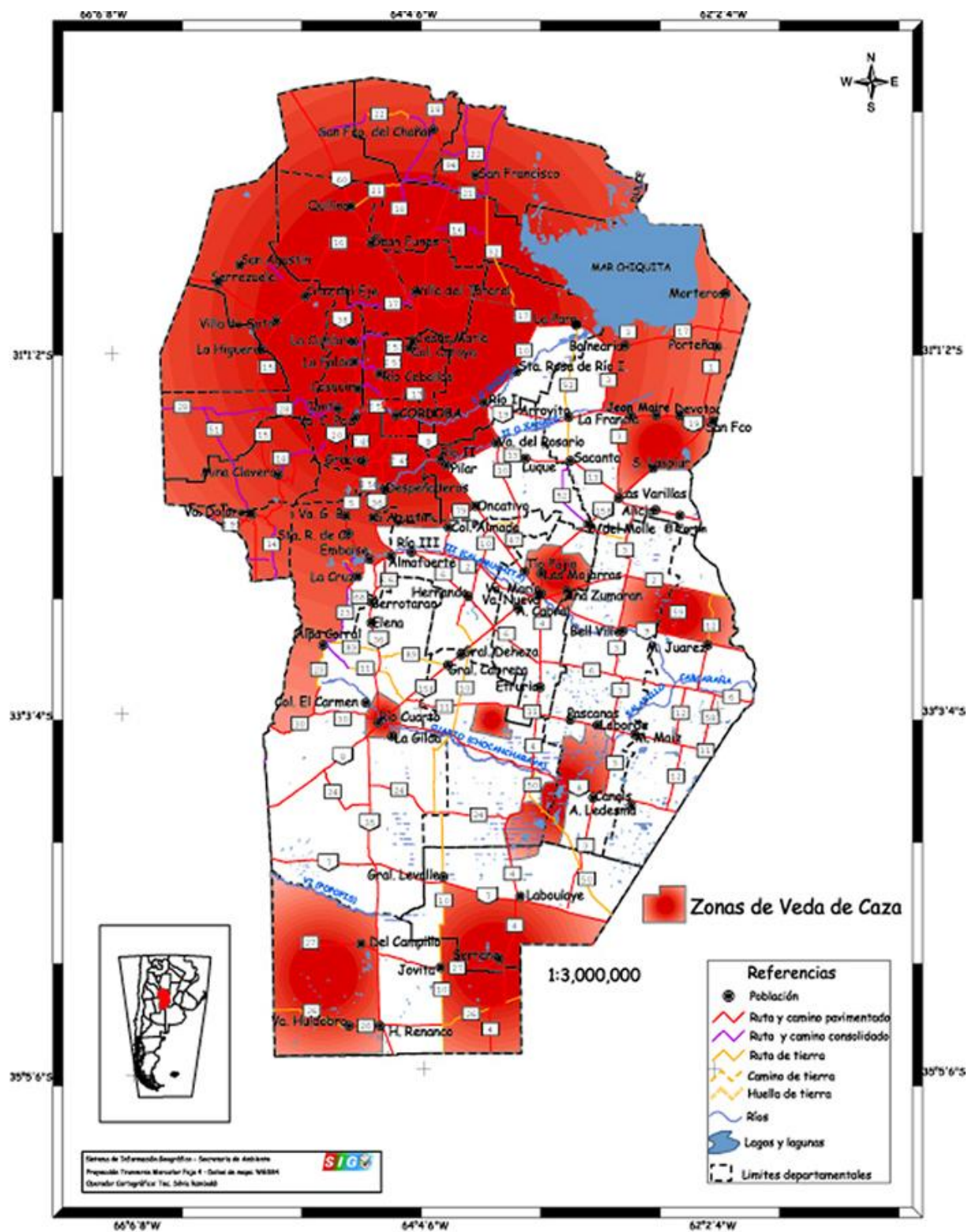
Mapa de Veda Liebre Europea



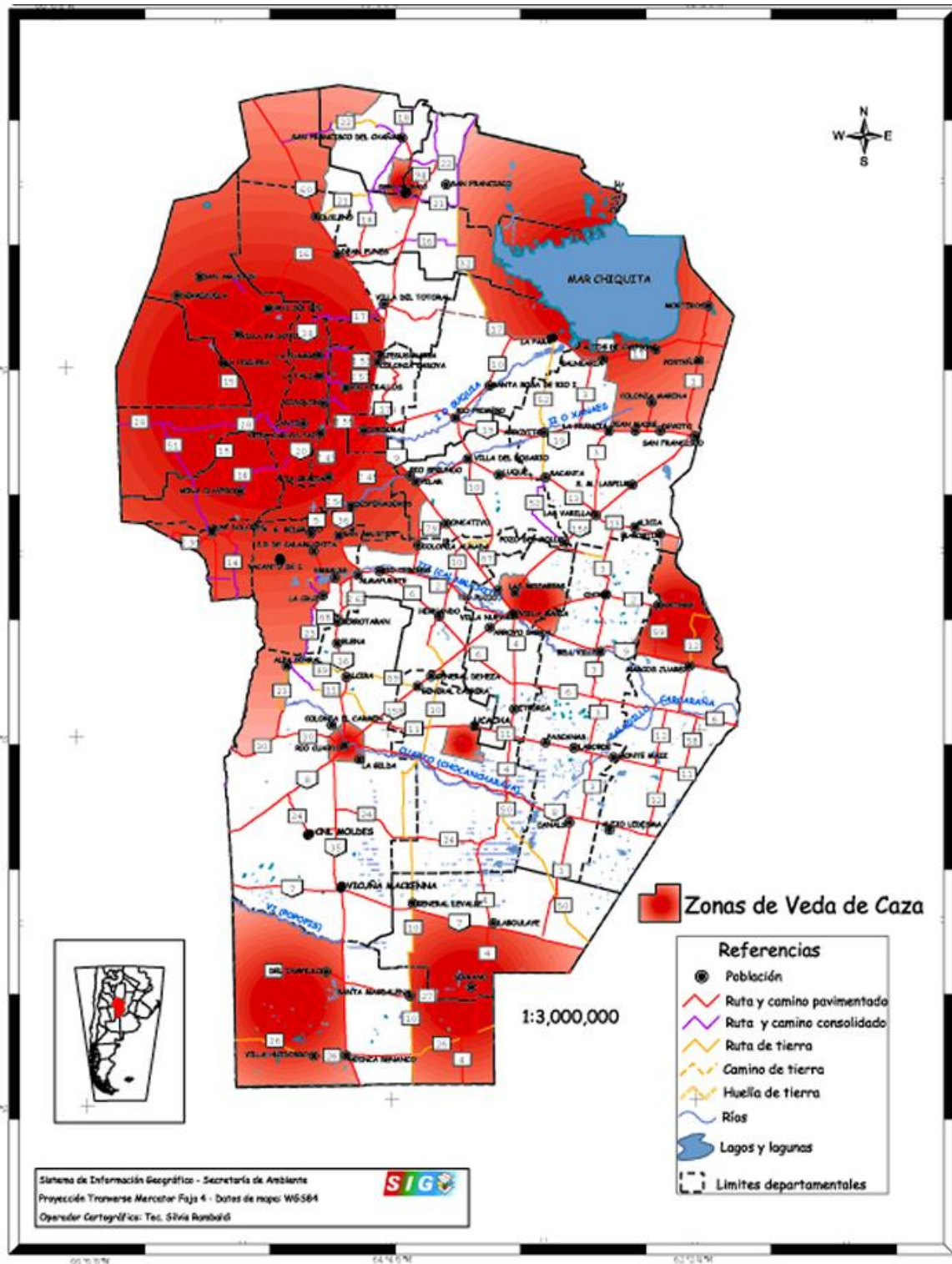
Mapa de Veda de Pato, Perdiz y Liebre



Mapa de Veda Zorro Gris



Mapa de Veda de Lora y Paloma



Marco Teórico

Marco Metodológico

Marco Contextual y Análisis

Diagnóstico

Propuesta de Intervención

Conclusiones