

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

**ESTUDIO DE LOS COMPONENTES DEL SISTEMA
TURÍSTICO DE FEDERACIÓN**

Por:

NATALIA VERÓNICA SIRITTO

**Trabajo Final presentado para la
Licenciatura en Turismo**

Profesor tutor: Lic. Lía Graciela Oviedo

**Septiembre, 2003
Buenos Aires, Argentina**

A mis padres, Miguel y Nivia y a Paola por su brillante contribución traducida en cariño e infinita comprensión y a Sebastián por el precioso viaje que iniciamos juntos ya hace algún tiempo.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

- ❖ A la Arq. Elba Taborda y a la Sra. Marisol de la "Secretaría de Turismo" de Federación – Entre Ríos.
- ❖ A la Lic. Luisa Bolonini.
- ❖ A los miembros de la "Agrupación Hotelera" de Federación – Entre Ríos.
- ❖ Al Sr. Jorge Better del Spa "La Posta de Mandisoví", Federación – Entre Ríos.
- ❖ Al Sr. Jorge Capurro del Parque Termal de Federación – Entre Ríos.
- ❖ A Gisela y Gustavo del "Museo de los Asentamientos", Federación – Entre Ríos.
- ❖ Al personal del Complejo Termal de Concordia – Entre Ríos.
- ❖ Al personal del Parque Termal de Colón – Entre Ríos.
- ❖ Al Lic. Gustavo Bareilles, docente de la Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires.

ÍNDICE GENERAL

1. Introducción	6
1.1. Relevancia y antecedentes de la investigación	7
2. Marco Teórico	9
3. Objetivos	14
3.1. Objetivos generales	14
3.2. Objetivos específicos	14
4. Metodología de la Investigación	15
4.1. El estudio de la oferta	15
4.2. El estudio de la demanda	16
4.3. El estudio del análisis competitivo	17
4.4. Población de estudio	18
4.5. La muestra	18
4.6. Instrumentos de recolección de datos	18
4.7. Momentos de la salida a campo	19
4.8. Transferencia de la investigación	20
5. La Oferta Turística	21
5.1. El equipamiento turístico	21
5.1.1. Análisis del alojamiento turístico	25
5.1.2. Análisis de la restauración.....	27
5.1.3. Análisis del esparcimiento	28

5.2.	La infraestructura turística	29
5.2.1.	Accesibilidad desde los principales centros emisoros	30
5.2.2.	Oferta de servicios de transporte público ..	33
5.2.3.	La Terminal de Ómnibus	33
5.3.	Caracterización y análisis de los atractivos turísticos	35
5.3.1.	Descripción de los atractivos	37
5.3.2.	El Parque Termal	42
5.3.2.1.	Características de las aguas	42
5.3.2.2.	Características del Parque Termal	45
5.3.2.3.	Las instalaciones del Parque Termal	46
5.3.2.4.	Análisis del ingreso del público	52
5.4.	Análisis de las actividades turísticas y recreacionales	54
6.	Caracterización de la demanda turística	58
6.1.	Perfil socioeconómico de la demanda	67
6.2.	Grado de satisfacción de la demanda con el destino y sus componentes	69
7.	Posicionamiento de Federación en relación a sus principales componentes	75
7.1.	Ciclo de Vida del destino turístico Federación	79
7.2.	Análisis FODA del destino turístico Federación	81
8.	Conclusiones	83

9. Propuestas	87
10. Bibliografía	93
11. Anexo	95

1. INTRODUCCIÓN

En Argentina, ubicada en el noreste de la provincia de Entre Ríos, sobre lo que es el embalse de la represa de Salto Grande, la ciudad termal como se denomina a Federación, constituye en la actualidad uno de los puntos más prósperos del corredor turístico del Río Uruguay.

La construcción de la Represa de Salto Grande, con la conformación del embalse, inundó la zona donde se ubicaba la antigua ciudad de Federación, motivo por el cual el 25 de marzo de 1979 se realiza el traslado al actual emplazamiento. Esta nueva ciudad, previamente diseñada, intentó dar respuestas racionales a la necesidad de resolver los problemas de la comunidad a través del ordenamiento del espacio territorial.

El Municipio de Federación, compuesto por 15.000 habitantes, se diferencia de las localidades vecinas, ya que se construyó a partir del Plan de Ordenamiento Urbano que define las áreas específicas de la ciudad: al norte se ubica todo lo referido al Parque Termal y diversos tipos de alojamientos; en la zona central se encuentra el área comercial, Terminal de Ómnibus y el Centro Cívico; al este se asienta la zona residencial y por supuesto fuera de todo plan, actualmente se emplazan en el oeste las viviendas carenciadas de la ciudad.

En noviembre de 1994, el Gobierno Municipal, después de los estudios geológicos pertinentes, decide perforar en búsqueda de aguas termales.

Los primeros días de diciembre de ese año, a 1268 metros de profundidad, surge el ansiado recurso. El agua, después de analizada por laboratorios especializados resultó absolutamente apta para el consumo y codificada, conforme a normas internacionales como: Cloruradas - Bicarbonatadas - Sódicas - Hipertermales - Mediominales.

La conducción municipal inicia la construcción de un Parque Termal, el cual fue inaugurado en el mes de enero de 1997, con un éxito turístico que superó totalmente las expectativas más optimistas.

Hacia fines del 2002 el promedio de turistas mensuales era de casi 25.000 personas, número que se ha ido incrementando desde la explotación del nuevo atractivo.

1.1. Relevancia y antecedentes de la Investigación

En el año 2002 tuve la oportunidad de visitar la ciudad de Federación (Entre Ríos) en dos ocasiones. La primera de ellas fue por motivos personales, pero la segunda visita fue con la intención de recopilar información para la elaboración de un trabajo práctico exigido por la asignatura de Planeamiento Turístico, de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Abierta Interamericana, a cargo de la Lic. Alicia Gemelli.

Esta última visita me permitió observar el funcionamiento de este destino turístico, las exigencias de la demanda, los nuevos fenómenos que influyen sobre el mercado: la competencia, el constante crecimiento de la ciudad termal y por sobre todo el firme propósito de sustentar en el futuro la actividad turística, son los principales motivos que me decidieron a realizar el presente trabajo en dicha ciudad.

El estudio integra elementos vitales del destino turístico, el cual se ha transformado en una magnífica realidad para sus habitantes, además de significar una opción para aquellos turistas que se acercan para comprobar el fenómeno de las aguas termales.

La llegada de capitales de inversión, la evolución incesante de la afluencia turística y un proceso de adaptación de la comunidad al nuevo fenómeno, constituyen las firmes señales de lo que ha sucedido en esta localidad a partir de la explotación de un recurso natural.

Desde la experiencia vivida y el interés por conocer todos aquellos componentes y funcionamiento que permitían que la ciudad tuviera un crecimiento constante, se comenzó a indagar más profundamente sobre el tema en cuestión.

A principios del año 2003 se inició la formulación del diseño de la investigación. En este mismo año se contactó a la Secretaría de Turismo de Federación, para

averiguar acerca de los planes y proyectos que poseía el Municipio para la regularización de la actividad turística.

Fue en este momento que nos dieron a conocer la existencia del “Plan de Desarrollo Estratégico Turístico Ambiental” elaborado en el año 2000 por los Lic. en Turismo: Gustavo Capece y Luisa Bolonini, quienes pretendían apuntalar definitivamente el proceso y diseñar el futuro de la ciudad turística.

Paralelamente nos informamos acerca del funcionamiento del Parque Termal, perteneciente al Municipio. De esta forma nos pusimos en contacto con algunas de las personas que tenían las concesiones de los diferentes servicios que se ofrecen en el mismo, como es el de parqueizado y limpieza, a cargo del Sr. Jorge Capurro y del Spa “La Posta de Mandisoví” concesionado al Sr. Jorge Better; quienes fueron informantes claves en la investigación.

Se identificó como antecedente un estudio que pretendió conocer, de manera exclusiva, el posicionamiento de Federación como centro termal, el cual fue realizado en: Entre Ríos, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe y forma parte del Plan de Desarrollo Estratégico Turístico Ambiental, mencionado anteriormente. Por esta razón, dada la escasez de información que abordara el tema, se debió diseñar una encuesta con la intención de obtener mayor información sobre los visitantes que concurren a la ciudad.

De este modo se efectuó una encuesta piloto que fue realizada en Buenos Aires durante el mes abril para garantizar que todos los ítems sean claros y de fácil comprensión.

Una vez reformulado y verificado el diseño, se procedió a realizar las misma en el Parque Termal. Al ser un lugar de esparcimiento se debió tener un cuidado especial en no molestar a las personas a quienes se le efectuaba el cuestionario.

A su vez, para abarcar el tema del posicionamiento y futuro de la ciudad turística de realizó una entrevista a la Lic. en Turismo Luisa Bolonini y indagó sitios en la web, publicaciones en revistas de turismo, televisión, en la Cámara Argentina de

Termalismo y Turismo de Salud, se asistió al seminario de “Turismo Salud” dictado por la Asociación Civil de Investigación y Desarrollo de Negocios Turísticos para conocer diversos temas vinculados con la investigación.

Analizados los aspectos que componen el sistema turístico, se pudieron plasmar las propuestas para el desarrollo turístico de Federación con el objetivo de dar como finalizada la presente investigación, la cual queda abierta a futuras revisiones y actualizaciones por el dinamismo y la complejidad inherente a la actividad turística.

2. MARCO TEÓRICO

Si bien los beneficios de las aguas termales se conocen desde la antigüedad, la aparición del **turismo termal**¹ fue en el siglo XVIII en Europa, cuando el cuerpo médico ya había comenzado a resaltar y valorar las propiedades terapéuticas en el uso y aplicación de las aguas termales con propiedades mineromedicinales.

Las visitas a estos centros termales, especialmente preparados para atender una demanda incipiente por las propiedades terapéuticas de las aguas, se fue incrementando durante la primera mitad del siglo XIX. La comunidad médica fue determinante, ya que la **cura termal**, se convirtió en una terapia especial bajo control facultativo en un balneario o establecimiento de baños. El único fin era tratar y restablecer la salud de los pacientes que en su mayoría conformaban las clases aristócratas.

Estos desplazamientos, que se fueron intensificando, seguidos de una estadía más o menos larga en los destinos, podrían constituir uno de los primeros antecedentes de lo que hoy entendemos por **turismo termal**. Se puede decir que ya desde finales del siglo XVIII existieron corrientes turísticas - aunque fueran minoritarias - hacia determinados destinos en toda Europa, caracterizado por ser una actividad de lujo y de élite que abarcaba un reducido número de personas.

El término **termal**, se asociaba normalmente a aquellos núcleos de población ricos en este tipo de **recurso** natural en torno a los que se fueron desarrollando servicios destinados a satisfacer y atender las necesidades de los visitantes. Para ello se construyeron **instalaciones** que facilitaron las estadías durante el período de **cura termal**. A lo largo del siglo XIX se fueron especializando en esta función a través

¹ Cibeira Moreiras, Rosa. *Ponencia realizada en las Jornadas Internacionales 2000 de Turismo*, Federación, Argentina.

de la ampliación y mejora de sus **instalaciones**, servicios, tratamientos y de su entorno natural. Así fue como se dio origen a nuevos vocablos como **ciudad termal** o **villa termal** a los que se añaden **parque termal** y **complejo termal**.

Cuando hablamos de **ciudad termal** o **villa termal** nos referimos a un conglomerado urbano que posee aguas termales.

Los términos **parque termal** y **complejo termal** son el lugar mismo donde se ubica el surgente y todas las **instalaciones** y **equipamiento** necesarios que hacen posible la práctica de la actividad balnearia, que deriva del atractivo natural.

El vocablo **balneario** tiene dos acepciones². En el sentido purista es el establecimiento donde aprovechando las ventajas del agua es posible el tratamiento de una enfermedad bajo supervisión médica y durante un período determinado.

Pero **balneario** en un sentido turístico, se define como el establecimiento donde el factor clave es el agua y se utiliza principalmente en sentido recreativo. Al decir “principalmente”, estamos dando lugar a otras utilidades como pueden ser actividades o tratamientos no sólo vinculados a enfermedades sino también a la hidroestética.

Al hablar de **hidroestética** nos referimos a todos aquellos tratamientos realizados con aguas mineromedicinales o no, que consiste en un conjunto de técnicas hidroterapias y complementarias llevadas a ritmo, intensidad, duración y frecuencia establecida.

Todos estos conceptos están inmersos en el término **turismo salud**, que es una **actividad turística** basada en la motivación de los seres humanos de mantener o alcanzar el estado en que ejercen normalmente todas sus funciones vitales, y

² Bolonini Luisa Elena. *Ponencia de Turismo Salud*. Buenos Aires, 2003

reducen la posibilidad o presencia de la enfermedad, entendida como dolencia o padecimiento.

Según la Organización Mundial de Turismo, el **turismo salud** debe contemplar el aspecto médico, la rehabilitación y recuperación, y la salud y bienestar de las personas.

El concepto de **turismo y salud**, concibe a los centros termales no sólo como un centro curativo, sino también preventivo y un lugar idóneo para el ocio y el esparcimiento acorde con los parámetros de mejorar la calidad de vida que impera hoy en día.

Para lograr un equilibrio armónico, donde se conjuguen turismo, ocio y salud, hay que adecuar las estructuras, a la **demanda** actual del mercado y que puedan ofrecer, de este modo, las más innovadoras técnicas en la aplicación no sólo terapéuticas de las aguas, sino también con los aspectos recreativos que derivan de la actividad termal.

Dentro de los **productos turísticos**, se está imponiendo lo que se considera como una alternativa al estrés, una de las enfermedades más frecuentes de la civilización actual: los centros termales, acompañados de Spas, en donde se conjugan la salud y la estética en pos de un mejor nivel de vida.

Teniendo en cuenta que la función psicológica de las vacaciones consiste en compensar las limitaciones y carencias de la vida cotidiana, es fácil comprender por qué el **turismo de salud** esta en pleno auge³. De todas formas, esta modalidad turística no deja de ser una alternativa al turismo convencional.

Un nuevo concepto de turismo y un rol diferente para el turista, que es más dinámico y demanda **productos turísticos** que le permitan participar activamente,

³ Suárez Santos, Mayte. *Medicina y Termalismo*. Madrid, 2001.

es la tendencia que favorece claramente a los destinos que presentan una **oferta turística** variada y cuya estrategia a seguir se fundamenta en el desarrollo del turismo de calidad que beneficie a los **recursos** naturales y patrimoniales.

Para llevar a cabo el desarrollo de un destino termal, hay que sentar las bases en la comprensión de los componentes del **sistema turístico** y del contexto donde está inserto.

Hay que ser selectivos a la hora de proponer actividades vinculadas con el **turismo salud**, por lo que, habrán de ser tenidos en cuenta, además de las características terapéuticas más importantes en relación a las aguas, las propias capacidades turísticas del destino.

En este sentido, surge el siguiente problema:

¿Cuáles y cómo funcionan los componentes del sistema turístico de Federación?

Para ello la presente investigación tiene el objetivo de analizar todas aquellas variables relacionadas con el funcionamiento histórico y presente del sistema turístico, de tal manera que se llegue a conocer los aspectos estructurales y coyunturales que se oponen y los que facilitan el desarrollo turístico de Federación.

Conceptos claves en la investigación

Las relaciones que derivan de la actividad turística forman parte de lo que se denomina **sistema turístico**, entendiendo al mismo como la articulación entre el aparato estatal como planificador, regulador y promotor del desarrollo socioeconómico y el sector privado para obtener el desenvolvimiento armónico del turismo.

“La **demanda turística** es aquella formada por el conjunto de consumidores - o posibles consumidores - de bienes y servicios turístico”, según la Organización Mundial de Turismo.

La **oferta turística** es el conjunto de bienes intangibles, tangibles y servicios turísticos ofrecidos efectivamente al turista.

El **producto turístico** está compuesto por una serie de elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que a efectos de consumo por parte del turista, ocurre en varias etapas sucesivas y temporalmente variadas⁴.

Los **recursos turísticos** desde el punto de vista conceptual podemos definirlos como todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen la necesidad de la demanda.

Otra definición que complementa a la anterior los define como: “aquellos que están vinculados a la actividad turística; bien porque actúan como factor de atracción y/o porque dan soporte o acogen a la actividad turística en sí misma. Así se incluyen recursos naturales, actividades humanas o realizaciones antrópicas que sean capaces de motivar el desplazamiento y la permanencia de las personas durante cierto tiempo fuera de su domicilio habitual”⁵.

La **actividad turística** es el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos.

⁴ Alvarez Cuervo, Raúl. *Jerarquización de los Recursos Turísticos*; Revista Estudios Turísticos, España, 1987.

⁵ Viñals Blasco María José, Bernabé García Antonio. *Turismo en Espacios Naturales y Rurales*,

La **infraestructura turística** es el término utilizado para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo, siendo su principal función vincular a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismo.

La **planta turística** se denomina al subsistema de servicios que se venden a los turistas⁶.

El **equipamiento turístico** está constituido por todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos⁷.

Las **instalaciones turísticas** son todas aquellas construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades turísticas⁸.

El **baño termal** consiste en la inmersión en piscinas con agua termomineral, durante un tiempo y temperatura determinados.

El **producto turismo salud**, es aquel destinado a satisfacer los deseos de estar sanos en los aspectos físicos, mentales y espirituales de las personas.

Los **subproductos de turismo salud** están compuestos por el termalismo, talasoterapia, fangoterapia, hidroterapia, masoterapia, algoterapia, arcillas, cromoterapia, aromaterapia, antiestrés, relajación, sauna, ducha contraste, ducha escocesa, cura hidropínica, hidroestética, fisioterapia, aeroterapia, helioterapia, fitness, meditación y adelgazamiento.

⁶, ⁷ y ⁸ Boullón, Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*; Trillas, México, 1983.

Recreativo/a: cualquier ocupación puede ser justamente considerada recreativa, siempre que alguien se dedique a ella por su voluntad, en su tiempo libre, sin tener en vista otro fin que no sea el placer de la propia actividad y que en ella encuentre satisfacción íntima y oportunidad para recrear.

“El **entretenimiento** es aquel conjunto de acciones eminentemente dirigidas y tendientes a “ocupar” el tiempo liberado de obligaciones”.⁹

La **salud** es el estado de bienestar óptimo físico, mental y social y no sencillamente la ausencia de enfermedad¹⁰.

⁹ Waichman, Pablo. *Tiempo Libre y Recreación. Un enfoque pedagógico*, Editorial PW, Buenos Aires, 1993.

¹⁰ Dorland, *Diccionario Médico de Bolsillo*, McGraw-Hill, Interamericana de España, 1989.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivos Generales:

- a. “Elaborar un estudio de los componentes del sistema turístico de Federación” - Entre Ríos, basado en la obtención, sistematización y análisis de información correspondiente al primer semestre del año 2003.”
- b. Elaborar propuestas de mejoramiento del destino “Federación” basado en el punto a.

3.2. Objetivos Específicos:

Realizar un estudio de la oferta.

- a. Clasificar el equipamiento e infraestructura turística.
- b. Analizar la oferta de alojamiento.
- c. Analizar la oferta de restauración.
- d. Caracterizar, interpretar y analizar los atributos de los atractivos turísticos.
- e. Caracterizar y analizar el Parque Termal.
- f. Identificar y caracterizar las actividades turísticas-recreativas.

Realizar un estudio de la demanda.

- a. Demanda: composición cuantitativa y cualitativa: perfil en base a variables económicas, comportamentales y perceptuales.

- b. Determinar el grado de satisfacción con el destino y sus componentes.

Efectuar un análisis competitivo.

- a. Determinar y evaluar el posicionamiento de Federación en relación con sus principales componentes.
- b. Etapa del Ciclo de Vida del destino turístico Federación.
- c. Identificar fortalezas y debilidades, amenazas y oportunidades (análisis FODA) del destino turístico.

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se encuadra en el tipo exploratoria-descriptiva, es decir que se pretende dar una visión general de la realidad de Federación como destino termal, describiendo las características fundamentales del sistema turístico.

4.1. EL Estudio de la Oferta

El análisis de los elementos que conforman el producto turístico, fue abordado mediante la utilización de variadas técnicas de recolección de datos con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

Un primer propósito de naturaleza exploratoria-descriptiva tuvo como fin, recabar información de las características fundamentales de los productos que son ofrecidos al mercado. Para abordar esta problemática se utilizó como instrumento entrevistas semiestructuradas e informantes claves residentes en el Municipio

como ser personal de la Secretaría de Turismo de Federación, del Museo de los Asentamientos (Federación) y del Parque Termal (Federación), como así también prestadores de servicios gastronómicos y hoteleros de la ciudad y personal de otros centros termales vecinos como el de Concordia y Colón.

Para el estudio del equipamiento, infraestructura y atractivos turísticos, se utilizaron los criterios fijados por CICATUR:

- El **inventario del equipamiento turístico** se realizó en dos etapas: el registro de la información y la evaluación de la planta turística. Para el primer paso, los distintos elementos que integran el equipamiento del turismo se ordenaron de acuerdo a cuatro categorías, desagregadas a su vez en tipos y subtipos.
- Para la realización del **inventario de la infraestructura turística**, se registró la información, como en el caso anterior, de los elementos que componen este rubro clasificándolos en categorías, tipos y subtipos.
- El **inventario de los atractivos turísticos** es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su confección implicó dos momentos: a) registro de la información y b) evaluación de los atractivos turísticos.

4.2. El Estudio de la Demanda

Las variables seleccionadas para el análisis de la demanda del destino turístico “Federación”, han sido operacionalizadas mediante los siguientes indicadores:

Variables sociodemográficas:

- Sexo
- Edad
- Lugar de residencia
- Ocupación / profesión

Variables comportamentales:

- Estadía promedio
- Número de personas que conforman el grupo
- Medio de comunicación por el cuál descubrió Federación
- Modalidad de transporte utilizado para el traslado
- Factor de decisión que influyó en la selección del destino
- Experiencia vacacional en Federación
- Experiencia vacacional en otro destino termal
- Fidelidad con el destino
- Tipo de alojamiento seleccionado
- Actividades turístico-recreativas
- Frecuencia de utilización de restaurantes
- Permanencia diaria en el Parque Termal
- Experiencia de diversos aspectos del Parque Termal

Variables perceptuales:

- Identificación de destinos competitivos
- Percepción de fortalezas y debilidades del destino

- Posicionamiento de Federación con relación a otros destinos termales

4.3. El estudio del Análisis Competitivo

Curva ciclo de Vida del producto

Mediante esta curva se representa el momento en el cual se encuentra el Destino Turístico Federación.

Este gráfico (ver Punto 7.1.) identifica las sucesivas etapas por las que transita un producto / destino, a través de su número de visitantes, divididas en: introducción, crecimiento, madurez y declinación.

El análisis del desarrollo del destino turístico en el mercado, resulta muy práctico para entender la evolución de éste, intentar prever su desarrollo y, desde luego, tratar de influir en esta evolución.

La idea fundamental, es la de reconocer que un destino / producto es algo dinámico. Ni el más exitoso de los productos puede hacernos pensar que el trabajo ya está hecho. La constante del hecho emprendedor es el cambio y esto es aplicable a todos los elementos que componen el sistema turístico.

El análisis FODA

Este análisis permite conformar un cuadro de la situación del destino turístico Federación, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que

permita en función de ello, realizar las propuestas planteadas en los objetivos de la presente investigación.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas del destino, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas. Las Fortalezas son las capacidades especiales con que cuenta el destino, y lo sitúa en una posición privilegiada frente a la competencia: recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, entre otras.

Las Oportunidades son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el destino, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Las Debilidades son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia: recursos que se carecen, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrolla positivamente, etc.

Las Amenazas son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la existencia del destino.

4.4. Población de estudio

Los turistas que concurren al Parque Termal de la ciudad de Federación en Entre Ríos.

4.5. La Muestra

El tamaño de la muestra abarcó a 59 unidades de análisis tomadas al azar, las cuales fueron definidas a partir del atractivo principal del destino: "Termas". Se considera la muestra, como un subgrupo de la población de estudio.

Las muestras se categorizan en dos grandes ramas: las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas, esta división se basa en la forma de selección y en la probabilidad de ser elegidos.

El tipo de muestra seleccionado en el presente trabajo, corresponde a las **no probabilísticas**, no se puede establecer a priori una probabilidad de selección de los elementos de la población que pueden formar parte de ella; es decir, el proceso de selección de los elementos de la muestra es subjetivo, dependiendo de nuestra voluntad y criterio.

El número óptimo de encuestados fue aquel en el que se logró la **saturación** de la muestra; es decir, cuando el agregar nuevos encuestados sólo agregaría información de interés secundario en relación a los objetivos. Esto se percibió durante la experiencia obtenida en la salida a campo.

4.6. Instrumentos de recolección de datos

Se emplearon dos instrumentos de recolección: una entrevista estructurada y una encuesta semiestructurada.

- a. Se realizó la **entrevista** estructurada a la Lic. Luisa Bolonini, quien estuvo a cargo del "Plan de Desarrollo Estratégico Turístico Ambiental" de Federación. Para ello, se diseñó una lista de preguntas de opinión e intención, las cuales fueron agrupadas por temas y complejidad, cuidando la redacción y el lenguaje para que éste último, sea adecuado al nivel de la entrevistada.

Dada la distancia física que nos separaba con la Lic. (quien reside en la ciudad de Puerto Madryn, Chubut) el primer contacto y realización de la entrevista fue a través de correo electrónico. La primera comunicación fue a modo de presentación explicitando los objetivos de la investigación y los motivos por los cuales había sido elegida recalcando la relevancia de la información que podía aportar.

En un segundo contacto le envié el cuestionario de la entrevista mencionada anteriormente.

Desde un principio, la actitud de la entrevistada se caracterizó por la cortesía y la buena predisposición para responder las preguntas planteadas.

- b. La **encuesta** fue diseñada con el objetivo de registrar información para el análisis de la demanda y la posición de Federación en relación con sus principales componentes. Dicho instrumento se elaboró mediante la combinación de preguntas de hecho, intención y opinión.

4.7. Momentos de la salida a campo

Las encuestas fueron personales, anónimas y al momento de realizarlas, la persona era informada de los fines de la investigación y del tiempo de duración de la misma.

Las encuestas se realizaron en dos etapas:

- a) Primera Etapa: las encuestas se realizaron el día “sábado 3 de mayo del 2003”. Esta fecha seleccionada tuvo la intención de captar información sobre los visitantes que concurren los “fin de semana largo”, ya que ese mismo viernes era feriado por el 1 de mayo, “Día del Trabajador”.

b) Segunda Etapa: las encuestas se realizaron el día “sábado 21 de junio”. En esta etapa se captó a los visitantes que concurren los “fin de semana”.

Las encuestas fueron realizadas dentro del predio del Parque Termal, con la autorización de la Secretaria de Turismo de Federación, Elba Taborda.

Los encuestados fueron aquellas personas que estaban en las áreas de recreación, es decir, los quinchos, mesas dispersas en el Parque y en las cercanías de las piscinas. Para efectuar el cuestionario se tuvo mucho cuidado de no interrumpir a aquellas personas que estaban dentro de las piletas, o que salieran o entraran a ellas.

Si bien se había realizado una encuesta piloto, en donde se calculó que el tiempo estimado para responder el cuestionario era entre 8 a 12 minutos, a la hora de la salida a campo esto varió.

Debido a que las personas encuestadas se encontraban en las zonas recreativas del Parque, y que estaban distendidas, sin ningún tipo de obligación, tuvieron una muy buena predisposición a la hora de responder las preguntas, extendiéndose en la duración que se había previsto para la realización de la misma.

Tomando en cuenta que el tiempo para efectuar las encuestas era acotado debido a mi tiempo de permanencia en el Parque Termal, permisos para realizarlas, etc.; me enfrenté al problema de acortar la duración del cuestionario, propósito que logré en forma discreta encauzando a los encuestados.

4.8. Transferencia de la Investigación

La información vertida en la presente investigación está dirigida a las autoridades del Municipio de Federación, la Secretaría de Turismo de Federación, a la agrupación hotelera federaense, a los restaurantes, bares y confiterías de la

ciudad, a los grupos inversionistas, a conferencistas de temas vinculados al turismo salud y destinos termales, a planificadores turísticos, a las empresas transportadoras de pasajeros, a los prestadores de servicios turísticos en general y a todas aquellas personas físicas o jurídicas vinculadas directa o indirectamente con el desarrollo de la actividad turística.

. LA OFERTA TURÍSTICA

El objetivo principal de este Punto es efectuar un análisis de la oferta turística existente en Federación partiendo de un relevamiento y clasificación del equipamiento, la infraestructura y los atractivos turísticos.

Para ello se realizó un relevamiento de la oferta de alojamiento turístico, de la restauración, actividades de esparcimiento y recreación, y de otros servicios relevantes para la actividad turística como ser la infraestructura de transporte, de las comunicaciones y de la accesibilidad a la ciudad.

5.1. EI EQUIPAMIENTO TURÍSTICO

Clasificación de los elementos del equipamiento turístico según los criterios fijados por CICATUR.

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE
1. Alojamiento	1.1. Hotelero	1.1.1. Hoteles	<ul style="list-style-type: none">• Del Lago• Termas• Costa del Sol• Santa Rita• Magricar / San José
		1.1.2. Hosterías	<ul style="list-style-type: none">• Salto Grande• Palmas del Lago

		1.1.3. Residenciales	<ul style="list-style-type: none"> • La Piedad • Del Norte • Jardín • La Estancia • Las Chimeneas • Las Grutas • Río de los Pájaros
		1.1.4. Apart Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> • Federación • Guarumba • Cabañas del Lago • Terrazas de la Costa • Río Apart • Tiempo Libre
	1.2. Extra Hotelero	1.2.1. Bungalows	<ul style="list-style-type: none"> • Le Village • Aires de Vida • Los Alamos • Bella Vista • Kuaray • Por la Vuelta • Mi Sueño • Irupé • Los Troncos • Osiris • El Remanso • Ailen • Ana Sol • La Amistad • Mein Haus • Las Tres Marías • El Portal • Cabañas del Lago

		1.2.2. Viviendas en alquiler en casas de departamentos	<ul style="list-style-type: none"> • Tu Casa • Avenida • Las Magnolias • Río de los Pájaros • Marian • Doña Beba • Anasol • Los Abuelos • Virgen de Lourdes • Termas Departamentos
		1.2.3. Campings	<ul style="list-style-type: none"> • Sirirí • Las Garzas • Las Palmeras

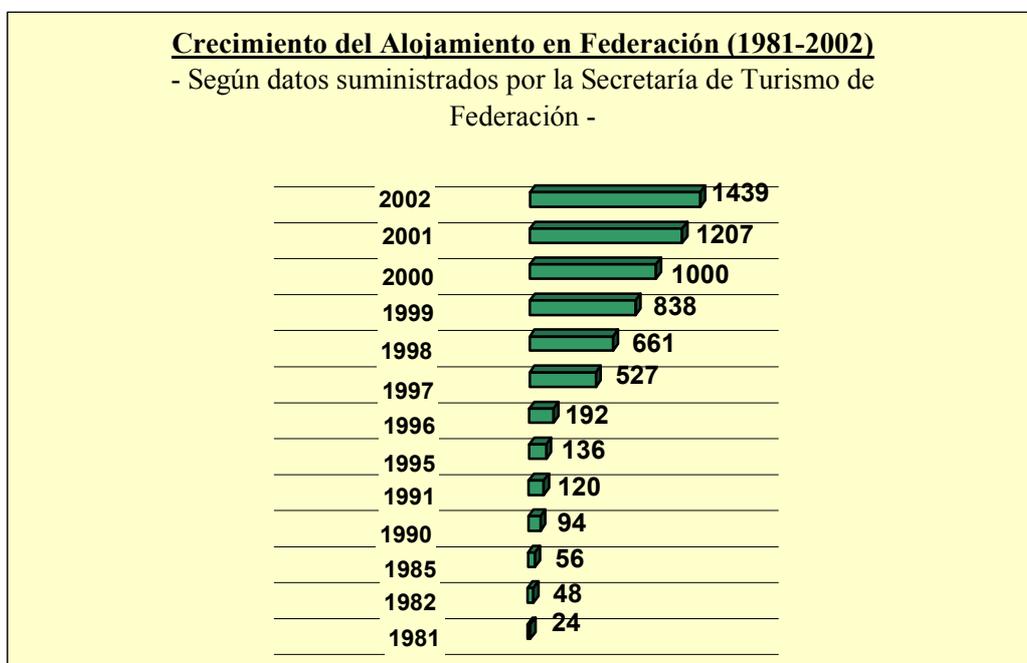
CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE
2. Alimentación	2.1. Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> • Mamá Cheff • Los Pinos • Las Palmeras • Los Hermanos • Los Álamos • El Abuelo • Fede • Ludovico • Los Álamos (pescados) • Yan-Jul • Las Azaleas • Casablanca • La Vieja Estancia • La Estaca • Le Bistrot • Antigua Ciudad • Alcalá • La Casona • La Cabaña • Costa del Sol
	2.1. Pizzerías, Cafeterías y Bares	<ul style="list-style-type: none"> • Dalla Bianca • Club Bancario • Free Time • De la Plaza • Pamper's • Soft

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE
3. Esparcimiento	3.1. Instalaciones Deportivas	<ul style="list-style-type: none"> • Club Social • Club Cosmos • Club Estudiantes • Club Almirante Brown
	3.2. Night Club	<ul style="list-style-type: none"> • Jeuneusse Disco
	3.3. Casino	<ul style="list-style-type: none"> • Casino de Federación
	3.4. Teatro	<ul style="list-style-type: none"> • Tavajhú
4. Otros Servicios	4.1. Agencia de Viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Quisqueya Entre Ríos y Los Claveles Tel. 03456-481379
	4.2. Información al Turista	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaria de Turismo • Informes (Parque Termal)
	4.3. Comercios Turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Centro Artesanal “El Algarrobo” • Artesanías (frente al Parque Termal)
	4.4. Bancos	<ul style="list-style-type: none"> • La ciudad de Federación cuenta con 2 Bancos para diferentes tipos de transacciones.
	4.5. Hospital	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicado entre las calles 25 de Mayo y Los Claveles.

5.1.1. Análisis del Alojamiento Turístico

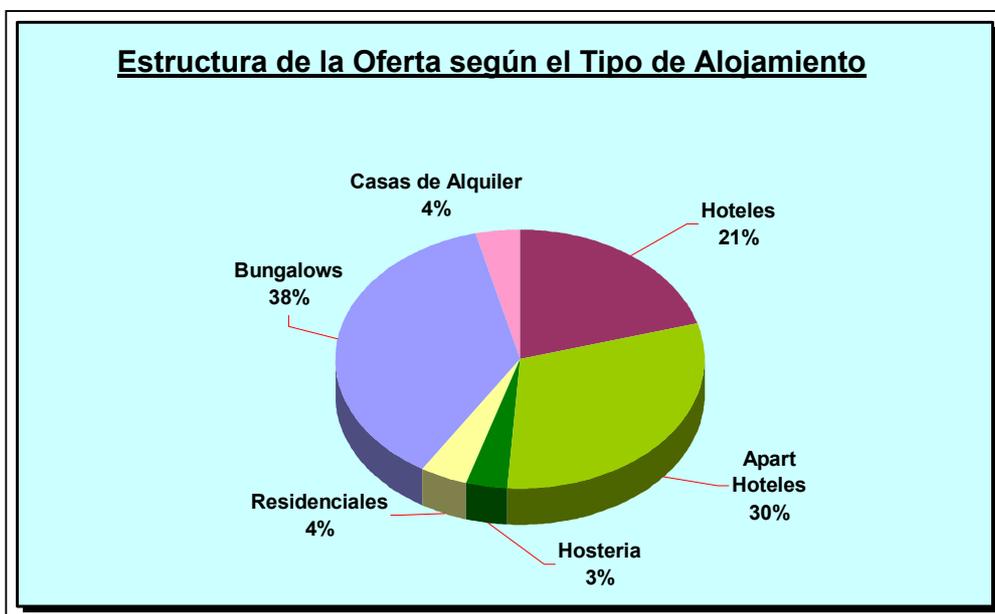
a. Evolución de la oferta de alojamiento

Este crecimiento geométrico se ha dado a partir de 1995 (año de la perforación termal) ya que hasta ese momento, la capacidad de alojamientos no superaba las 150 plazas, cifra que hoy superan las 1439 plazas habilitadas, a las que hay que sumarle un considerable porcentaje de oferta informal (no registrada de acuerdo a la legislación local y provincial) que incrementaría la oferta en casi un 100%.



b. Estructura de la oferta de alojamiento

A continuación se representa en un gráfico la estructura de la oferta según el tipo de alojamiento.



Las principales actividades económicas (el citrus, la apicultura, la producción frutihortícola, aserraderos y forestaciones) por las cuales se sostenía Federación y la región, se vieron perjudicadas dado el contexto socioeconómico por el cual transitó la Argentina en los últimos años.

La inversión en la construcción de alojamientos, surgió como una alternativa para afrontar dicha crisis, permitiendo a los federaenses reinsertarse en una nueva actividad económica: el turismo.

La evolución de la oferta de alojamiento turístico, refleja un aspecto positivo no sólo para los turistas que visitan Federación, al incrementarse el número de plazas, sino también para los pobladores locales, ya que sus positivas consecuencias socioeconómicas son un claro ejemplo del efecto multiplicador de la actividad turística.

Este fenómeno permite a los residentes de la ciudad, la posibilidad de obtener un desarrollo personal y económico, sin tener la necesidad de emigrar hacia otros puntos del país en búsqueda de nuevas alternativas, quienes vieron en el turismo un nuevo horizonte de posibilidades laborales con el consiguiente beneficio de la detención de las migraciones internas.

Esta actividad trajo consigo inversiones que permitieron ampliar la oferta de alojamiento entre otros servicios turísticos, pudiendo abastecer a los turistas que descubrían este nuevo destino.

El acelerado crecimiento de la oferta de alojamiento tuvo como consecuencia una mala categorización de ellos. Esto se observa mediante la inexistencia de una oferta transparente, como guía para los turistas en el momento de la selección de los mismo, ya que se percibe una gran variedad de calidad y tipos de servicios dentro de las mismas categorías de establecimientos.

Para realizar una categorización de los alojamientos habría que tener en cuenta dos aspectos: las diferencias edilicias y fundamentalmente los servicios que prestan. Dichos aspectos no son contemplados en Federación ya que aquellos que se denominan Apart Hotel, Hotel, Residenciales entre otros, en ocasiones, no poseen las estructuras físicas de tales categorías. Ello genera confusión en los visitantes quienes no pueden identificar el tipo de alojamiento mediante su denominación.

De igual forma sucede con los tipos de servicios que se brindan. Al no existir una categorización de los diferentes alojamientos, los servicios varían mucho en cuanto a la calidad de los mismos.

5.1.2. Análisis de la Restauración

- La oferta gastronómica de Federación está compuesta por un 77% de servicios de restaurantes y un 23% por pizzerías, confiterías y bares.
- La variedad de menús en los diferentes restaurantes es muy básica, exceptuando uno o dos casos, que ofrecen comidas más elaboradas.
- Dentro de la oferta de restaurantes muy pocos se caracterizan por ofrecer cenas show (orquesta en vivo).
- Las cafeterías y bares representan sólo el 4% cada uno. Es decir que la oferta es escasa, lo cual no permite que los visitantes de la ciudad puedan escoger a donde ir.



5.1.3. Análisis del Esparcimiento

Las instalaciones deportivas

Las instalaciones deportivas, representada por los 4 clubes que posee la ciudad, no son utilizadas por los visitantes de Federación como lugar de recreación. Sí se puede afirmar que estas instalaciones son utilizadas por los habitantes de Federación.

Night Club

Sólo existe un lugarailable: Jeunesse Disco. Este lugar está dirigido primordialmente a los jóvenes habitantes de Federación y no a los turistas que visitan la ciudad.

Casino de Federación (ver Punto 5.3.1.)

Teatro Tavajhú (ver Punto 5.3.1.)

5.2. LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Clasificación de los elementos de la infraestructura turística según los criterios fijados por CICATUR.

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NOMBRE
1. Transportes	1.1. Terrestre	1.1.1. Servicios para el Automotor	<ul style="list-style-type: none"> • Shell • Sol • Y.P.F • Y.P.F
		1.1.2. Servicios de Transporte Público	<ul style="list-style-type: none"> • SOTA • Flecha Bus • Nuevo Expreso • TATA • San José
		1.1.3. Terminal de Ómnibus	Se ubica sobre la avenida Entre Ríos, a escasos metros del centro comercial, de la zona de alojamientos y del Parque Termal.
	1.3. Acuático	1.3.1. Lacustre de Uso Turístico	Embarcación que recorre las aguas del Lago Salto Grande.
2. Comunicaciones	2.1. Postales	Correo. Ubicado sobre la calle Pío XII.	
	2.2. Telefónicas	La ciudad cuenta con 6 locutorios.	
	2.3. Grafica	Posee un medio gráfico.	
	2.4. Televisiva	Un canal que emite programación local.	
	2.5. Radial	Posee 5 emisoras de radio en frecuencia modulada.	

	2.6. Viales	Empresa de remises (4) que realizan recorridos urbanos y con algunas localidades vecinas.
--	--------------------	---

5.2.1. Accesibilidad desde los Principales Centros Emisores

Desde la ciudad Autónoma de Buenos Aires (480 Km.), se accede al territorio de la provincia de Entre Ríos por medio del Complejo Vial Zárate - Brazo Largo. Luego de transitar por Ruta Nacional 14 se debe tomar un acceso de 15 kilómetros que conecta con la ciudad.

Desde Santa Fe capital (341 Km.) hay que ingresar por el Túnel Subfluvial Hernandarias, en la ciudad de Paraná, de allí se debe transitar por Ruta Nacional 18 hasta la costa del Uruguay y continuar por Ruta Nacional 14 hasta el acceso a Federación.

Desde la ciudad de Rosario (386 Km.), nos conectamos a través del puente Rosario-Victoria a la provincia de Entre Ríos. Atravesando la Ruta Provincial Número 26, luego la Nacional Número 12. Posteriormente la Provincial Número 6, la Nacional 18 hasta el empalme con la Ruta Nacional 14 y se toma el acceso a Federación.

Dicho puente fue inaugurado el 20 de mayo del 2003, lo cual facilita el flujo turístico proveniente de Rosario hacia la provincia de Entre Ríos.

Ésta en proyecto la puesta en marcha del antiguo Ferrocarril Urquiza que durante décadas unió Buenos Aires con Posadas, Misiones.

Este proyecto es de suma trascendencia económica y turística para la región mesopotámica. También se verá beneficiada la ciudad de Federación, ya que es una de las estaciones intermedias de la vía férrea.

CIUDAD	FEDERACIÓN (en Km.)
Paso de los Libres	235
Santa Fe	341
Buenos Aires	480
Rosario	386
Posadas	508
Corrientes	514
Resistencia	522
Montevideo (Uruguay)	576
Córdoba	637
Punta del Este (Uruguay)	716
Formosa	724
Porto Alegre (Brasil)	895
Mar del Plata	936
Santiago del Estero	948
Puerto Iguazú	959
Tucumán	1109
San Luis	1143
Catamarca	1147
La Rioja	1152
San Juan	1274
Mendoza	1406
Salta	1422
Viedma	1502
Jujuy	1515
Neuquen	1685
Rawson	1987
San Pablo (Brasil)	2013
Río de Janeiro (Brasil)	2453
Río Gallegos	3282
Ushuaia	4028

5.2.2. Oferta de Servicios de Transporte Público

EMPRESA	SALIDA	DESTINO	FRECUENCIA DIARIA	HORARIOS
TATA	Buenos Aires	Federación	2	20:30 06:30
	Federación	Buenos Aires	2	11:50 22:50
FLECHA BUS	Federación	Buenos Aires	2	00:05 11:00
	Federación	Paraná	2	03:30 08:15
	Federación	Santa Fe	1	03:30
	Buenos Aires	Federación	2	00:50 16:00
	Santa Fe	Federación	2	01:20 12:30
	Rosario	Federación	1	22:30
	Córdoba	Federación	1	20:20
	S.O.T.A.	Federación	Concordia	4
Federación		Chajarí	4	06:50 12:10 14:20 19:20
EL RAPIDO	Federación	Buenos Aires	2	10:50 22:55
	Buenos Aires	Federación	1	01:00 06:00
ZENIT	Federación	Paraná	1	08:14
	Paraná	Federación	1	14:40
NUEVO EXPRESO	Federación	Gualeguaychú	1	09:05
	Gualeguaychú	Federación	1	20:00

5.2.3. Terminal de Ómnibus

La Terminal de Ómnibus, se ubica en pleno corazón de la ciudad sobre la avenida Entre Ríos, a escasos metros del centro comercial, de la zona de alojamientos turísticos y del Parque Termal.

Posee 3 boleterías pertenecientes a las empresas: Flecha Bus, TATA y Empresa Central El Rápido, las cuales se comunican directamente con destinos como Buenos Aires, Paraná, Concordia, Chajarí, Mercedes, Mocoleta, entre otras.

En lo que respecta a comunicaciones, dentro de la Terminal funciona un locutorio con 5 cabinas telefónicas y en el pasillo de entrada hay un teléfono público. También en el hall central se encuentra una empresa de remises “El Lago Remises”.

Posee una confitería en donde se brindan comidas rápidas, con capacidad para 28 personas simultáneas, y un kiosco con productos muy variados que van desde artesanías de la región hasta artículos de perfumería.

Los sanitarios están ubicados en uno de los extremos del edificio, separados por sexo.

El edificio se encuentra algo deteriorado y parte de sus instalaciones se encuentran fuera de funcionamiento.



5.3. CARACTERIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Los atractivos turísticos de la ciudad de Federación son analizados bajo los criterios fijados por CICATUR.

Para establecer el interés turístico de los atractivos relevados se le asignó una jerarquía que se denomina, de mayor a menor, de la 3 a la 1. Los atractivos cuyas cualidades no permitan incorporarlos a la jerarquía 1, se consideran inferiores al umbral mínimo pudiendo denominarse de jerarquía 0.

Los criterios de evaluación son:

Jerarquía 3 Atractivos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).

Jerarquía 2 Atractivos con rasgos excepcionales, capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales, o de extranjeros “únicamente” en el caso de funcionar en conjunto con otros atractivos turísticos.

Jerarquía 1 Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.

Jerarquía 0 Atractivos sin méritos suficientes para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos.

CATEGORÍA	TIPO	NOMBRE	JERARQUÍA
1. Sitios naturales	1.1. Lagos, laguna y esteros	Lago de Salto Grande	1
	1.2. Terma	Termas de Federación	2
	1.3. Reserva de flora y fauna	Parque el Aromito	0
2. Museos y manifestaciones culturales históricas	2.1. Museos	Museo de los Asentamientos	1
		Museo de la Imagen	0
	2.1. Lugares históricos	Ruinas de la Antigua Ciudad	0
3. Folklore	3.1. Artesanías y artes	Centro de Artesanos “El Algarrobo”	0
		Artesanías locales y regionales	0
		Teatro “Tavajhú”	0
	3.2. Arquitectura popular	Anfiteatro	0
4. Acontecimientos programados	4.1. Artísticos	Fiesta Nacional del Lago	1
	4.2. Deportivos	Carpe Diem	1
	4.3. Fiestas religiosas y profanas	Fiestas de la Inmaculada Concepción	0
	4.3. Convenciones y congresos	Jornadas Internacionales de Turismo	1
	4.4. Juegos de Azar	Casino de Federación	0
	4.5. Parques de recreación	Centro Recreativo “Rincón del Sol”	0

		Centro recreativo “Las Garzas”	0
--	--	--------------------------------	---

5.3.1. Descripción de los Atractivos

Lago Salto Grande

Federación es la única ciudad Argentina situada sobre la costa del lago Salto Grande. Su costanera de 8 kilómetros de extensión es un excelente paseo, y su puerto está protegido del oleaje por dos escolleras que garantizan un acceso seguro.

Los solados de la antigua ciudad de Federación, yacen sumergidos bajo las aguas del Lago, que cuenta con una superficie de 78.000 has., en donde diversas especies constituyen la riqueza ictícola, las que tienen diferentes restricciones de pesca según la época del año y la talla de las piezas.

El Lago es óptimo para realizar deportes náuticos, disfrutar de sus playas o de un paseo en lancha, pero sin embargo sigue siendo uno de los atractivos menos explotados.





Termas de Federación (ver Punto 5.3.2.)

Parque “El Aromito”

Reserva Forestal Autóctona Municipal. Muestra las especies arborícolas de la costa del río Uruguay, muchas de ellas desaparecidas en su ambiente natural.

Se encuentran 300 ejemplares de más de 100 especies diferentes que conformaban la “selva en galería” .

Museo de los Asentamientos

Se ubica en pleno centro comercial y por su arquitectura, contrastante con el resto de la ciudad, resulta uno de los puntos de más interés. Lo curioso es que, no es una réplica, sino el mismo edificio que fuera construido entre 1846 y 1847, y que

fue, durante muchos años, la primitiva iglesia del antiguo emplazamiento de Federación.

Cuando la Vieja Ciudad fue demolida, para después ser instalada en el lugar que hoy se encuentra, a esa histórica capilla, se la desarmó pieza por pieza y volvió a ser construída, conforme a los planos que se hallaban en el Museo Histórico Nacional. En ese mismo edificio funciona hoy el “Museo de los Asentamientos”, que atesora valiosísimos objetos de todas las épocas.

El Museo de los Asentamientos se encuentra ubicado entre las calles Hipólito Irigoyen y Las Rosas. Después de haber permanecido cerrado por un período de dos años y medio, fue reinaugurado el 24 de marzo del 2003, tras haberse realizado un guión para la interpretación de los tres asentamientos con la asistencia de un museólogo.

El estado de conservación del edificio, como así también el de las piezas que se exhiben es muy bueno, está todo cuidadosamente diagramado y exhibido de forma tal que cualquier persona pueda observar los objetos detenida y detalladamente, obteniendo una clara interpretación de los mismos sin deteriorarlos.

Causa de Interés Turístico:

El Museo de los Asentamientos es el principal atractivo cultural de la ciudad ya que nos muestra el desarrollo de la historia federaense desde su inicio, traslado y reconstrucción.

La colección del museo contempla: elementos líticos y alfarería de la cultura Guaraní y Charrúa, réplicas fotográficas de Miguel Guarumba (soldado de Urquiza), objetos litúrgicos de la Inmaculada Concepción, los procesos de la producción local de curtiembre, aserradero, maderera, citrícola y aceitera, la fábrica de baldosas y bebida gaseosa, objetos de la jefatura policial y del primer cuerpo de bomberos, se exhibe una colección fotográfica de la antigua ciudad, réplicas de objetos litúrgicos de la antigua iglesia, fotografías de la construcción del Parque Termal y de la reconstrucción de la réplica de la vieja iglesia; molduras

de edificios representativos de la vieja ciudad, objetos antiguos del hospital, objetos de uso masculino como ser sombreros, relojes, cámaras fotográficas, y de uso femenino como ser máquinas de coser, planchas, ollas; herramientas y elementos agrícolas traídos en el año 1879 por los primeros colonos de origen europeo.



Museo de la Imagen

Museo que reconstruye el paisaje de la Vieja Ciudad y representa una secuencia sobre cómo se desarrolló la Nueva Federación.

Para llegar al Museo de la Imagen hay que recorrer por el Boulevard Las Hortensias unas cuatro cuadras desde la última líneas de viviendas e internarse en un hermoso paisaje natural.

Allí, en un predio de una hectárea y media, se levanta sobre una lomada con vista dominante hacia la ciudad una edificación que atesora un pedazo grande de la historia local, recreada a través de una secuencia de 120 fotografías que describen tristezas y alegrías de un pueblo sepultado bajo las aguas.

También se puede disfrutar de un amplio parque arbolado, sector de juegos para niños, quinta cítrica y una laguna.

Antigua ciudad

A poca distancia del centro comercial, cruzando el puente de unión con el antiguo emplazamiento se puede visitar el Parque Industrial y observar como quedó la vieja ciudad bajo las aguas a partir de la construcción de la Represa Salto Grande.

Centro de Artesanos “El Algarrobo”

En pleno centro de la ciudad, a pocos metros del Museo de los Asentamientos, sobre la Avenida San Martín, encontramos el Centro Artesanal “El Algarrobo”. Un pequeño edificio, rodeado de jardines, en los cuales, los artesanos de Federación, manufacturan y exponen sus habilidades : esculturas en raíces, mates burilados, cueros cincelados, madera labrada, a gatas pulidas, lana cruda hilada, prendas hechas en telar, bijouterie en alpaca, trenzados en chala, tejidos en crochet, artesanías en piedras, semillas y maderas de la zona, lámparas artesanales, tapices, son parte de los objetos que se comercializan en el lugar.

La posibilidad de visita es de lunes a viernes de 9 a 12 horas y de 17 a 20 horas. Los sábados, domingos y feriados de 9 a 22 horas.

Artesanías locales y regionales

Frente a la entrada del Parque Termal se encuentra un conjunto de locales que comercializan productos artesanales principalmente provenientes del sur de la provincia de Entre Ríos. Aquí se pueden encontrar desde llaveros de cuero,

bombillas, mates, rompecabezas, portallaves, alpargatas, termos, cinturones, dulces, batas, etc.

Los horarios de atención son de 8:30 a 13:30 horas y de 15 a 22:30 horas; es decir, que la amplitud horaria es buena con respecto a los demás establecimientos comerciales.

Teatro “Tavajhú”

Es un teatro popular con excelentes piezas que repasan la historia y la idiosincrasia local. Realiza funciones en la Casa de la Cultura, Poblarte y en el Museo de los Asentamientos.

Anfiteatro

El Anfiteatro de Federación se ubica a la vera del Lago Salto Grande, a la altura de la playa Las Grutas, y está rodeado de una cuidada plaza y juegos infantiles.

Posee un escenario “Eduardo Vega”, de 10 metros de frente x 8 metros de ancho, y es aquí en donde se lleva a cabo la Fiesta Nacional del Lago.



Fiesta de la Inmaculada Concepción

Todos los 8 de diciembre se festeja el Día de la Patrona de Federación, la Inmaculada Concepción, en donde participa un gran número de federaenses.

Carpe Diem

Es un evento deportivo que consta de varios circuitos llegando hasta Santa Ana. Los equipos se conforman por cuatro personas de ambos sexos, y es de interés nacional.

Fiesta Nacional del Lago.

Evento folklórico que se realiza anualmente en el anfiteatro de la ciudad en la segunda quincena de enero.

Jornadas Internacionales de Turismo

Es un evento anual en donde se convocan a exponentes argentinos y de países limítrofes para abordar la importancia de diferentes temas vinculados al turismo.

Casino de Federación

Ubicado sobre la avenida Costanera y Las Violetas. El casino cuenta con mesas de Ruleta, Black Jack y máquinas tragamonedas.

Las instalaciones internas y externas del edificio se encuentran deterioradas, lo cual lo hace poco atractivo para los turistas.



Se permite la entrada a menores de edad a la sala de juego.

Centro Recreativo "Rincón del Sol"

Es un parque infantil. Su principal atracción es un laberinto. También se destaca un "golfito" o "mini-golf". Se completa con una fuente de los deseos, un palomar y bancos de plaza, ideales para disfrutar de los jardines que rodean el lugar y de la maravillosa vista al Lago que se encuentra a pocos metros.

Centro Recreativo “Las Garzas”

En este lugar se pueden realizar paseos a pie y cabalgatas en contacto con la naturaleza.

5.3.2. EL PARQUE TERMAL

5.3.2.1. Características de las Aguas

La perforación en búsqueda de aguas termales en la ciudad de Federación estuvo basada en la existencia de yacimientos de esas características en la costa oriental del río Uruguay.

Por esa razón, durante la Primera Presidencia Municipal de Don Carlos Jaime Cecco, se creó mediante el Decreto N° 129 de 1992, la Comisión de Aguas Termales, que conjuntamente con el apoyo del Consejo Deliberante y asimismo del gobierno de Entre Ríos, como primer paso se realizó un estudio de prospección, que arrojó un 85% de posibilidades de existencia de agua termal en el subsuelo de la ciudad.

Con este dato la Municipalidad de Federación convocó a licitación para asignar las tareas de perforación, resultando adjudicada para esa obra, la empresa “B.P.S. AUSTRAL S.A.”, que a su vez subcontrató otra empresa especialista en perforaciones de origen brasileño.

El 6 de noviembre de 1994 comenzó la obra y luego de atravesar los 41 metros de arcilla se inició la penetración de la roca basáltica, hasta llegar a los 812 metros. En esa profundidad se encontró la arenisca (o barro caliente) que dió el primer indicio del hallazgo del recurso, y el 24 de noviembre, a las 13:05 horas se festejó la feliz noticia

Sólo hubo de continuarse la perforación, hasta el 8 de diciembre de 1994, cuando surgió a torrentes el agua cristalina, con un caudal de 450m³/hora y una temperatura de 43°C, desde una profundidad de 1.268 metros.

Según la Cámara Argentina de Termalismo y Turismo de Salud, las aguas termales de Federación presentan la siguiente clasificación:

Bajo las Normas de O.S.M – Relación de aniones y cationes según diagrama Piper.

CLORURADA – BICARBONATADA – SÓDICA

Análisis de Laboratorio:

Turbiedad	0,6
Color	<2, 0
P.H.	6,8
Dureza total (CaCO ₃).....	198,0
Alcalinidad Total	210,0
Cloruros	26,0
Flúor	0,03

Nitratos	13,0
Calcio	56,0
Magnesio	14,0
Sodio	230,0
Potasio	12
Hierro.....	-0,1
Sulfatos	16,0
Fosfatos	0,7
Sílice	1,5
Sólidos Totales	680,0
Cobre	0,05
Temperatura (en boca de pozo)	43°C

Aptas para personas que padecen:

- ✓ Reumatismos crónicos de distintas características (pasada la fase aguda)
- ✓ Artritis de diversos tipo
- ✓ Reumatismos degenerativos
- ✓ Secuelas de traumatismos
- ✓ Distrofias en general
- ✓ Afecciones crónica del aparato respiratorio
- ✓ Afecciones rebeldes de la piel
- ✓ Problemas de secreción gástrica
- ✓ Dispepsias en general
- ✓ Contracturas
- ✓ Estrés

Pueden perjudicarse las personas que padecen:

- ✓ Úlceras gástricas
- ✓ Cardiopatías descompensadas
- ✓ Hipertensión severa
- ✓ Nefritis
- ✓ Várices
- ✓ Procesos asmáticos en crisis
- ✓ Tuberculosis
- ✓ Distintos tipos de tumores y cáncer
- ✓ Patologías inflamatorias en fase aguda

Indicaciones

Pueden considerarse estimulantes generales, antiinflamatorias, ligeramente sedantes y analgésicas. Las principales indicaciones para la utilización de este tipo de agua, está en la recuperación de intervenciones quirúrgicas sobre el aparato locomotor, lesiones traumáticas, afecciones reumáticas crónicas, procesos crónicos de las vías respiratorias, y aparato genital femenino, además de estados de debilidad orgánica.

Las inhalaciones y pulverizaciones son favorables en procesos crónicos del aparato respiratorio y zonas asequibles del aparato digestivo.

La administración oral se utiliza en afecciones digestivas, así como en procesos enterohepáticos y determinados cuadros hepatobiliares.

Cuando se beben en ayunas, en pequeñas y repetidas dosis, son neutralizantes de la acidez gástrica, pero a dosis mayores y acompañando las comidas,

posibilitan la secreción y evacuación. Ayudan en la acción de los fermentos pancreáticos y el poder saponificante de la bilis.

La ingestión de esta agua, mejora la tolerancia a los hidratos de carbono y facilita la acción insulínica, admitiéndose un efecto movilizador del ácido úrico, favoreciendo su eliminación a través de la orina.

Se ha notado también una suave acción sedante sobre la excitabilidad neuromuscular, así como efectos aminorantes de la permeabilidad vascular y de respuestas antiinflamatorias. Encuentran sus principales indicaciones, en las enfermedades del aparato digestivo, alteraciones hepáticas, trastornos metabólicos y afecciones de las vías urinarias.

De esas enfermedades, son destacables los efectos de estas aguas en los procesos que cursan con hiperclorhidria e hipermotilidad, estados dispépticos, afecciones duodeno, pancreáticas y procesos hepáticos. Pueden ser útiles en casos de acidosis, tal como la diabética. Es favorable su acción en los diabéticos y algunos tipos de obesidad.

Contraindicaciones específicas

En forma de duchas, baños o inhalaciones carecen de contraindicaciones generalizadas, pero por su mineralización específica, no deben administrarse por vía oral, en: gastritis hipersecretoras, procesos ulcerosos del aparato digestivo, enteritis, colitis, etc.

Tampoco en cardiopatías y afecciones renales, en las que resulte conveniente restringir la administración de sodio.

Están contraindicadas en los enfermos hipertensos graves, y en los que padezcan insuficiencia renal. Si el agua tiene algún significativo contenido de calcio, no deberían administrarse a enfermos con colitis atónicas, estreñimiento pertinaz y calculosis fosfática.

5.3.2.2. Características del Parque Termal

El Parque Termal de Federación, fue construido durante la Administración Municipal de Don Alcides José Miñones, e inaugurado el día 3 de enero de 1997. Desde esa fecha y hasta el presente, ingresaron al mismo miles de personas, que han disfrutado de sus instalaciones, lo que arroja un promedio constante, de 25.000 visitantes mensuales.

Considerando que el Parque Termal se encuentra emplazado en la planta urbana de la ciudad de Federación y muy próximo al sector residencial, se ha definido su área de influencia, evaluándose el impacto que podría causar a nivel urbano.

A tal efecto se dispuso un tratamiento especial para esta zona, en cuanto a la Legislación Municipal, teniendo en cuenta los usos específicos para cada sector, pautas de construcción, loteos, precios de venta de los terrenos disponibles, trama vial e infraestructura necesaria para su desarrollo, sobre la base de una planificación que pretende el crecimiento equilibrado del área, y que forma parte del "Plan de Ordenamiento Urbano" de la ciudad de Federación.

Con la finalidad de conservar las características arquitectónicas de la ciudad - que permite una vista difícil de encontrar en otro lugar del país, plena de vegetación exuberante - se ha establecido una zonificación con el objetivo de determinar el área destinada a la explotación del recurso termal y otros usos compatibles con el mismo.

El Parque Termal de Federación, se ha organizado en un predio Municipal de aproximadamente nueve hectáreas, con una significativa previsión, en vistas al crecimiento futuro.

El diseño del área se formuló mediante un acceso central, con estacionamientos laterales sobre Avenida Entre Ríos (con capacidad para 700 vehículos), donde se ubican la administración, consultorio médico, enfermería y seguridad, con grupos de sanitarios y vestuarios separados para ambos sexos.

Tiene una densidad de uso promedio de 2.000 personas por día, considerando el flujo turístico actual y el incremento del mismo, por momentos resulta insuficiente, razón por la cual se ha proyectado su ampliación.



5.3.2.3. Las Instalaciones del Parque Termal

Sector Piscinas

El área de piscinas está dividida en dos sectores bien diferenciados, en una parte 4 piletas de uso pasivo. Dos de ellas de 6 x 13 metros y otras dos de 9 x 18 metros, con profundidades que van desde 0,70 centímetros hasta 1 metro con 30 centímetros, y temperaturas que oscilan entre los 37° y los 39°.

Una pequeña pileta destinada al uso de los niños. En este sector pasivo, se han diseñado de tal manera las piscinas, que desde una perspectiva aérea semejan los pétalos de una gigantesca flor.

En el otro espacio, se encuentra la piscina cubierta, que contiene los 24 chorros de Hidrojet, (denominada de hidromasajes) de 5 x 10 metros, con 70 centímetros de profundidad, una temperatura de 41° y bancos sumergidos. En su interior se han agregado cabinas para vestuario, sillas y percheros.

En otro sector se ha construido una pileta de uso recreativo, de 11 x 22 metros, con la profundidad suficiente para natación, y una temperatura de 37°, que se “alivia” en temporada estival, con el agregado de agua fría, para hacer más placentera su utilización. Junto a ella se ha desarrollado una segunda piscina para los más pequeños.

Los patios de duchas distribuidos en el área, son cuatro. Dos en el sector pasivo, uno junto a la piscina cubierta y el cuarto acompañando a la pileta recreativa.

Todo el predio está ornamentado por jardines y senderos peatonales, con pérgolas, percheros y carteles indicadores, que ponen en conocimiento de los usuarios las reglas y precauciones para la utilización de las instalaciones.

Asimismo hay dos pabellones cerrados, para resguardar a los visitantes de las inclemencias del tiempo, sea en invierno o en verano, dado que cuentan con techo permanente y paredes desmontables para la temporada veraniega.

Existe otra pileta para niños, de forma circular, con un diámetro de 5,50 metros (25 metros² de superficie) una profundidad de 50 centímetros y un juego de agua en el centro. El borde y el piso han sido cubiertos con baldosas antideslizantes y atórmicas - cubierta de estructura metálica, de 9,50 metros X 9,50 metros. Techo de policarbonato de color aluminio, para atenuar la luz solar.

Una pileta cubierta pasiva de 12 metros por 25 metros (300 metros² de superficie de agua) con una profundidad variable, desde 0,90 hasta 1,50 metros, borde y piso con baldosas antideslizantes y atórmicas, con guardas de piedra lavada. En la parte menos profunda posee asientos de mampostería, tanto en laterales como en el centro de la pileta.

El ingreso se práctica por una escalera central de seis metros de ancho, cubierta de estructura metálica (18 X 33 metros). El techo sobre la pileta propiamente dicha, es de policarbonato transparente; y sobre el solarío, es del mismo material color aluminio. Estas piscinas tienen el desagüe por gravedad, a través de un caño de PVC de 300 mm. de diámetro. Ambas cuentan con lavapies en todo su perímetro. Poseen cerramientos laterales con aberturas de aluminio color blanco. Dos hojas corredizas y vidrios transparentes con una abertura total de 3 metros.

Sector Sanitarios

Está dividido en sector masculino y sector femenino. Cada uno cuenta con instalaciones especiales para discapacitados y a su vez, se subdivide en sanitarios y duchas / vestuarios. El estilo de las construcciones es similar a la existente en el Parque Termal, es decir de ladrillo a la vista con techo de hormigón armado.

Los Solarium

Están construídos con baldosas antideslizantes y atérmicas con guardas de piedra lavada.

Los patios de duchas o juegos de agua

Están distribuídos en el área y son cuatro. Dos en el sector pasivo, uno junto a la piscina cubierta y el cuarto acompañando a la pileta recreativa.

Tienen terminación de ladrillo a la vista con estructura de hormigón visto. En sus laterales permite el paso a través de un arco, y en su parte central tiene una cortina de agua termal.

Como anexo se han construído dos quinchos de 10 X 10 metros, para refugio de los usuarios - techo de chapa con tirantes y machimbres a la vista - una gran columna central de ladrillo a la vista, acompañada por columnas redondas en el perímetro - pisos de piedra lavada y bancos de madera.

Las nuevas construcciones

En el primer semestre del 2003 se inauguró una piscina, y se está construyendo otra para personas con capacidades especiales, que amplía la capacidad del Parque en un 20%, un cuerpo de sanitarios-vestuarios en el denominado sector pasivo, un patio de duchas incorporado a la última piscina (cubierta) construída y

la habilitación de una calle peatonal sobre uno de los laterales del perímetro, además de trabajos de refacción y parquización del predio.

Las nuevas piscinas

Los dos nuevos espejos de agua tienen diferentes usos y dan continuidad a la secuencia de piletas que contiene el predio.

El denominado sector recreativo cuenta con una superficie de 362 metros cuadrados cuya profundidad se desliza entre los 0,80 a 1,40 metros. En su interior tiene sectores con asientos y sus bordes están rodeados por una vereda perimetral construída con baldosas atérmicas.

Lo sobresaliente del diseño es el sector de hidromasajes y una coqueta fuente que adorna ese sector dándole una vista distinta al predio. Los chorros para el hidromasaje tienen seis picos y la fuente está rodeada por asientos. Además se reserva un sector exclusivo para niños con separación de rejas metálicas que garantizan la seguridad y una profundidad que en ese espacio no supera los 0,80 centímetros.

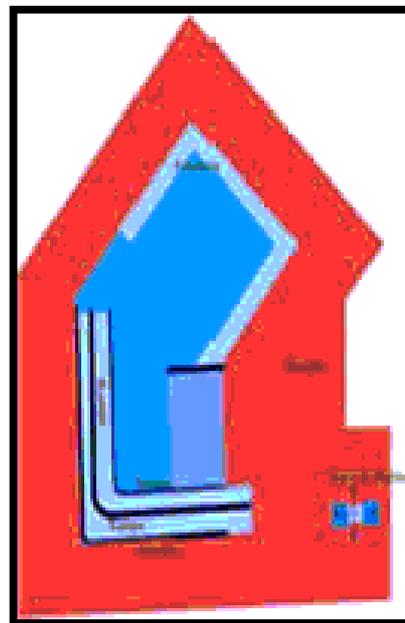
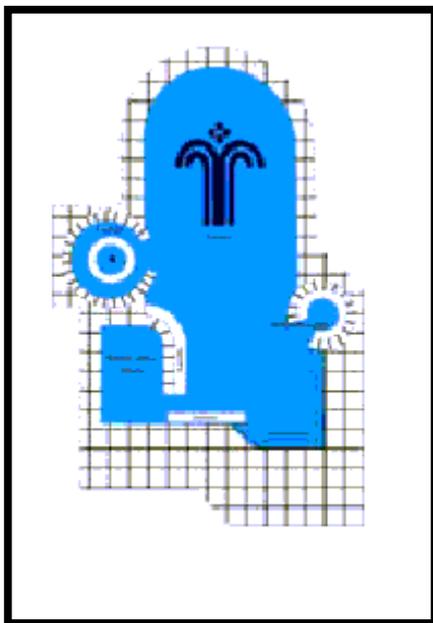
Esta piscina cuenta con un exclusivo sector de duchas de cuatro chorros y entre otras novedades presenta en su interior el diseño del logo termal a partir de un material similar al de las guardas perimetrales cuyos colores varían entre el azul, el celeste y el blanco.

La iluminación interior es la nota distintiva de esta piscina en el predio, que le da un toque de distinción a lo que ya se puede apreciar en el Parque cuya características son su amplitud, limpieza y servicio.

La piscina para personas con capacidades especiales (en construcción), tendrá una superficie de 40 metros cuadrados en su espejo de agua, su profundidad será de 0,70 a 0,75 cm y su ingreso tendrá dos variantes: por medio de una rampa con pendiente de hasta 8cm por metro o escaleras de 2,90 metros de ancho; en ambos casos se adosarán barandas y se contemplará un sistema de

descenso tipo montacargas eléctrico.

Para este nuevo grupo se anulará el sitio que actualmente ocupan las parrillas, con lo cual se eliminará este servicio dentro del Parque.



El Spa

Dentro del mismo Parque Termal se habilitó el Spa “La Posta de Mandisoví”, de administración concesionada a la actividad privada.

- Ofrece en tratamientos de hidroterapia: ducha Danesa, ducha Escocesa, ducha Filiforme, piletas hidrojets, sauna.
- Ozonoterapia, aromaterapia y gimnasia pasiva.

- Masajes: de relax localizado, relax antiestrés, relax antiage, drenaje linfático, reductores flaccidez y estrías, terapéutico, digitopuntura, reflexología, Reiki y Shiatsu.
- Fangoterapia facial, localizada y total.
- En cosmiatría: limpieza facial, tratamientos antiage, velo de colágeno, hidratación y nutrición, pulido e hidratación corporal, tratamientos de acné, soriasis y rosácea, lifteeng de aloe vera, tratamiento capilar, exfoliación y nutrición de pies, podología, manicuría y depilación.

*El costo de los tratamientos varía entre los \$15 y \$45
(precios hasta julio del 2003)*



El Comedor

El comedor se ubica en la parte trasera del Parque Termal muy cercano al Spa. Allí se ofrecen comidas rápidas, es decir que el menú no es muy variado, sino que es del tipo básico. También funciona como buffet y expendio bebidas.

El edificio posee ventanales pequeños en relación a la amplitud del predio, lo cual impide tener una buena visual del Parque.

La Seguridad y Limpieza

Uno de los aspectos más destacables del Parque Termal es la seguridad y limpieza.

Para realizar estas tareas se ha desplegado un sistema de control y monitoreo efectuados por personas que trabajan allí, con el fin de mantener el orden y advertir a aquellos visitantes que comenten algún tipo de acto que afecta tanto la seguridad como la limpieza del lugar.

El personal está distribuído en todo el área del predio, y lo singular es que muchos de ellos utilizan ropa como la de los visitantes. Es decir, que pasan desapercibidos por las personas que se encuentran en el lugar.

En el sector de los sanitarios – duchas – vestuarios siempre hay personal que controla que todo esté en orden y en funcionamiento.

Cuando un visitante se comporta de forma extraña, o su comportamiento genera molestias a las demás personas, o arroja residuos en lugares que no corresponde, enseguida es advertido por el personal.

Con respecto a los requisitos para ingresar al Parque Termal, está prohibido el ingreso de animales como así también de bebidas alcohólicas.

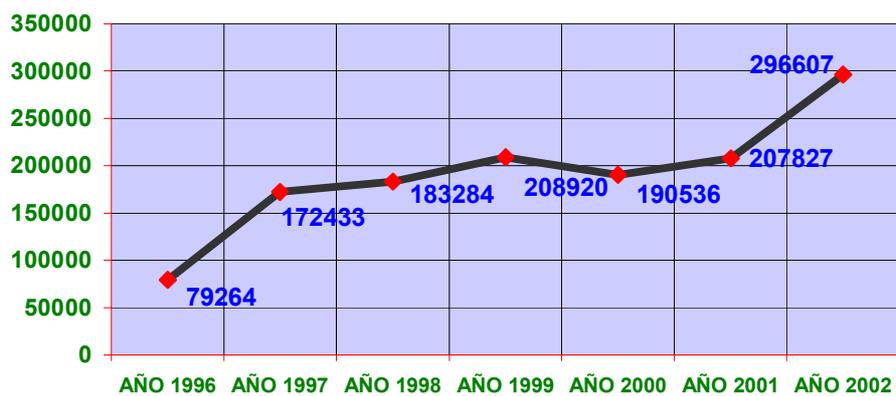
5.3.3.3. Análisis del Ingreso del Público

De acuerdo a los usos definidos para el predio y sus instalaciones, la capacidad de éste es de unas 2.000 personas diarias, pero en días feriados ingresan al Parque hasta 4.000 personas, lo que exige una permanente ampliación de servicios e instalaciones.

Lo interesante de esta evolución es que la misma se muestra ascendente desde el mismo inicio de la explotación del recurso termal, tal como lo expresa el siguiente cuadro.

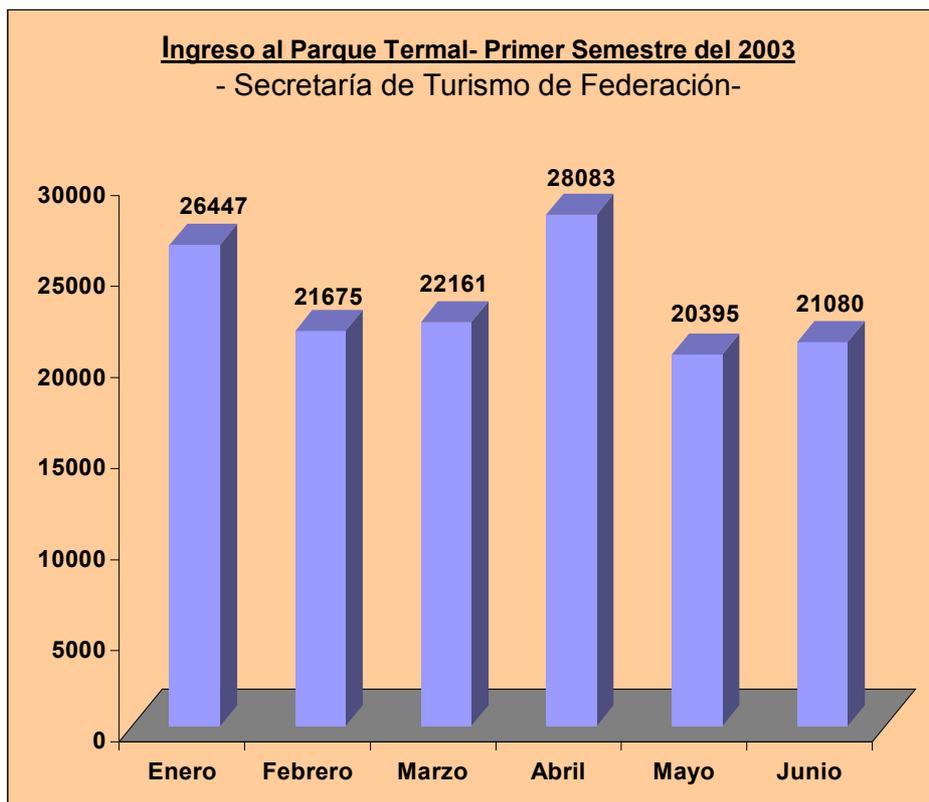
Ingreso al Parque Termal

Fuente: Secretaría de Turismo de Federación - Entre Ríos -



Con respecto al momento en el cual se efectuó la presente investigación, es decir durante el primer semestre del año 2003, el ingreso mensual al Parque Termal fue el siguiente:

- Abril fue el mes de mayor concurrencia al Parque Termal, con un ingreso de 28.083 personas. Hay que tener en cuenta que este número de personas se vió favorecido debido a los días feriados correspondientes a Semana Santa.
- Ningún mes registró un ingreso inferior a las 20.000 personas.
- El promedio mensual de visitantes al Parque Termal durante el primer semestre del 2003 fue de 23.306 personas.
- El promedio diario de concurrencia al Parque Termal durante estos seis meses fue de 773 personas.



5.4. Análisis de las Actividades Turísticas y Recreacionales

“...Las cosas que quiere hacer el turista, son en definitiva la razón básica de que acontezca el turismo y de que se genere una serie de consumos específicos. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos...”¹

Las actividades turísticas son el elemento a partir del cual nace, se desarrolla y justifica la totalidad del sistema turístico.

En la presente investigación se analizan las actividades turísticas y recreacionales a partir de la variable: “especie de la actividad”². Esta clasificación toma en cuenta las características de los diferentes atractivos turísticos y las cosas que puede hacer el turista en ellos.

Especie de la	Actividades Turísticas y Recreacionales de Federación y sus
----------------------	--

¹ y ² Boullón Roberto. Las Actividades Turísticas y Recreacionales. Editorial Trillas. México, 1990.

Actividad	alrededores
<p>Esparcimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paseo por el Lago Salto Grande. Existen en el mercado excursiones de una hora de duración en lancha , con capacidad para 20 personas por el Lago, que parten desde el puerto de la ciudad. Poseen dos salidas diarias a las 10 y 16 horas; sábado, domingos y feriados los horarios son corridos de las 10 de la mañana hasta las 16 horas inclusive. El costo aproximado de la excursión es de \$7,50 por persona y los menores de 10 años abonan \$1. ✓ Avenida Costanera. Con una extensión de 8 kilómetros bordeando las aguas del Lago, nos da una vista panorámica caracterizada por el espejo natural de un lado y por el otro la vegetación que hace de un paseo digno de recorrer. Con un pavimento en muy buenas condiciones, un muy buen parqueado y artefactos de iluminación permite ser visitada tanto de día como de noche. ✓ Centro Recreativo “Rincón del Sol”. Este centro se ubica en la Avenida Río de los Pájaros, y abre sus puertas a las 14 horas. ✓ Centro Recreativo “Las Garzas”. A pocos metros del Parque Termal. Está abierto de 14 a 18:30 horas. todos los días. Se pueden realizar paseos en sulky con capacidad para 4 personas. ✓ Circuitos Guiados por la Ciudad. Recorridos de hora y media conociendo los puntos estratégicos de la nueva y vieja Federación. Los guías se pueden contratar en la Cabina de Informes a la entrada del Parque Termal. ✓ Casino de Federación. . La entrada es libre y la apuesta mínima de ruleta es de \$1. Horarios: de lunes a jueves de 22:00 a 03:00 Horas. Sábados, Domingos, Feriados y Vísperas de feriados, de 17:30 a 03:30 horas. Se permite la entrada con niños. ✓ El Trencito “Júpiter”. Es un city tour guiado recorriendo toda la planta urbana y vieja ciudad, con animación y música. Sale a las 10 y 17 horas desde la entrada del Parque Termal. El costo aproximado del paseo es de \$5 por persona. ✓ Quinta “Santa María”. A escasos kilómetros de la ciudad,

	<p>una quinta citrícola de moderna concepción, merece ser recorrida, no sólo por su producción, de variedades exportables, su sistema de riego y “curaciones” por computación, sino también por el magnífico parque en el que se inserta, recostado en el Lago de Salto Grande, con una gran extensión de playas de finísima arena.</p>
<p>Visitas culturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Museo de los Asentamientos. La posibilidad de visitas es de lunes a domingos de 10 a 17 horas y la entrada tiene un valor de \$2. ✓ Museo de la Imagen. Se puede visitar todos los días de 10 a 18 horas. El costo de la entrada es de \$3 y los menores de 10 años gratis. ✓ Museo de Infraestructura Criolla ”La Posta”. A pocos kilómetros de la ciudad y sobre la ruta de acceso Provincial Nro. 44, se encuentra el lugar denominado : “La Posta”. Aquí se puede apreciar lo que pudo haber sido en el pasado siglo, una verdadera “posta de carretas”. Se ha construido con elementos y sistemas autóctonos, un par de ranchos, con sus medidas originales y disposición de espacios de la época. Completándose con un mangrullo, horno de barro, corrales, etc. En el interior de los ranchos, se aprecia una exposición de artesanías en cuero, e instrumentos musicales. Pueden degustarse todo tipo de comidas criollas (empanadas, locros, etc.) y hasta escuchar músicos de la zona. ✓ Represa de Salto Grande. A menos de 50 kilómetros de Federación se encuentra la Represa de Salto Grande, que puede ser recorrida diariamente con visitas guiadas, en una excursión que toma (desde Federación) menos de medio día, conociendo inclusive el hermoso entorno paisajístico en el que fue construida ✓ Museo de Ayuí. A través de distintas tecnologías, cuentan el proceso de la Represa de Salto Grande y zona de influencia. Se ubica en las inmediaciones de la Represa, a 50 kilómetros de Federación.

<p>Visitas a sitios naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Playas. Durante los meses de verano, en los 8 kilómetros de avenida costanera se habilitan las playas de: Las Palmeras, Las Grutas, Playa Grande, Playa Baly, y Playa Sur. Todas ellas poseen puestos de servicios, algunas están parquizadas y las aguas son aptas para el baño. Las orillas están cubiertas de canto rodado, lo cual les da aspecto oscuro a las aguas del Lago Salto Grande. ✓ Parque Termal. El costo de la entrada es para mayores \$4, menores \$2, jubilados \$2, residentes \$1. El horario en verano es de 7 a 24 horas y en invierno de 8 a 23 horas. Abonando la entrada puede retirarse del Parque y reingresar al mismo sin abonar nuevamente, para ello se implementó un sistema de contraseña mediante un sello de tinta invisible que es estampado en una de las manos y permanece sin alterarse durante todo el día. ✓ Parque “El Aromito”. Ubicado dentro del radio urbano de la ciudad, sobre la Avenida Costanera el acceso es gratuito.
<p>Deportivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Carpe Diem. Es un evento deportivo que consta de varios circuitos llegando hasta Santa Ana. Los equipos se conforman por cuatro personas de ambos sexos y es de interés nacional.
<p>Asistencia a acontecimientos programados</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fiesta Nacional del Lago. Se realiza en el escenario “Eduardo Vega” del anfiteatro. Se lleva a cabo en la segunda quincena de enero. ✓ Fiesta de la Inmaculada Concepción. Todos los 8 de diciembre se festeja el Día de la Patrona de Federación, la Inmaculada Concepción. ✓ Jornadas Internacionales de Turismo. En un evento anual en donde se convocan a exponentes argentinos y de países limítrofes para abordar la importancia de diferentes temas vinculados al turismo.

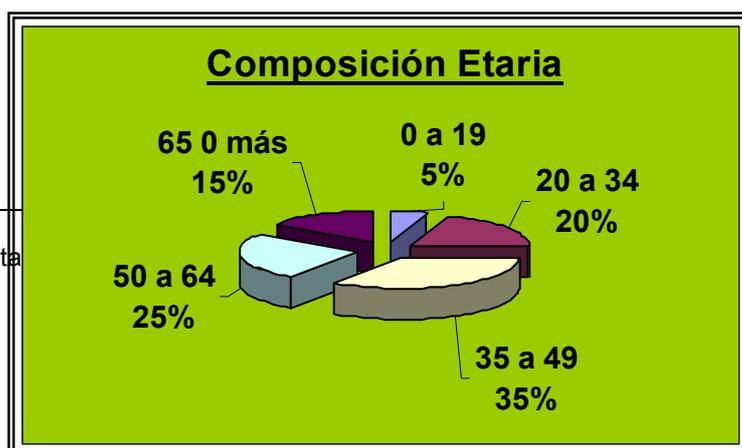
6. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El objetivo principal de este Punto es efectuar un análisis de la demanda durante el primer semestre del 2003 abarcando sus dimensiones principales: composición etaria, origen, ocupación, perfil socioeconómico, tamaño del grupo, estadía promedio, tipo de alojamiento utilizado y grado de satisfacción con los diversos componentes del sistema turístico.

a. Composición Etaria

La conformación de la demanda de acuerdo a su composición etaria es heterogénea, registrándose frecuencias relativamente equivalentes entre los grupos entre 20 a 65 años o más. No obstante, el grupo predominante con el 35%, es el comprendido entre los 35 a 49 años, seguido del grupo entre 50 a 64 años con el 25%. En tercer lugar tenemos a las personas entre 20 a 34 años (20%), en cuarto lugar los de 65 o más edad (15%) y en el último lugar al grupo entre 0 a 19 años con el 5%¹.

En el ámbito turístico y en el imaginario colectivo siempre se vinculó a la actividad termal con personas de la tercera edad. Pero éste no es el caso de la ciudad de Federación, ya que los datos obtenidos de las encuestas efectuadas en este destino turístico, señalan una tendencia en la disminución del promedio de edad de las personas que realizan turismo vinculado a la salud.



¹ Fuente: encuesta

b. Origen de la Demanda

La demanda del destino turístico Federación es casi en su totalidad de carácter interno y puede ser dividida en dos tipologías:

- 1) Turistas (91%): aquellos turistas que se trasladan desde su residencia habitual por un período superior a 24 horas.
- 2) Excursionistas (9%): son los turistas procedentes de otros centros emisores por menos de 24 horas².

El principal centro emisor de turistas hacia la ciudad de Federación lo constituye Capital Federal, con el 34% y el Gran Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires con un 28%.

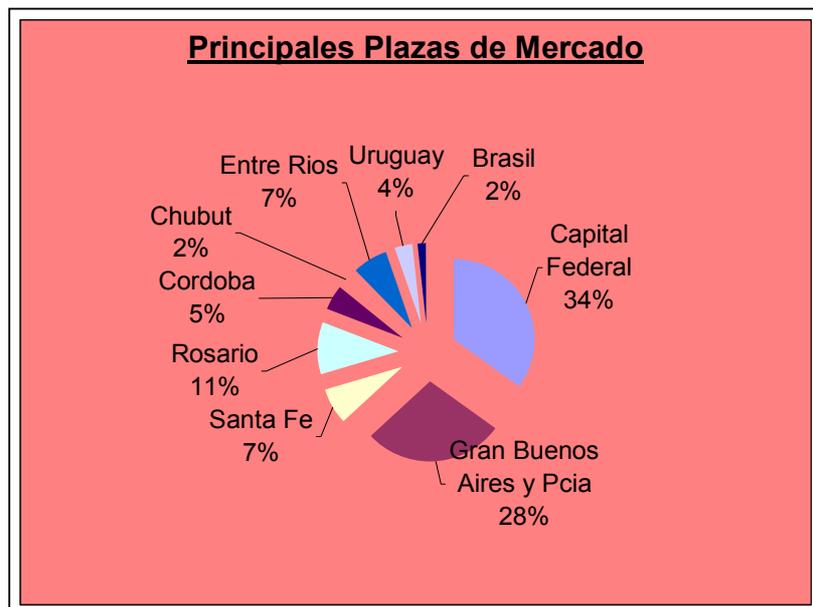
² Boullón Roberto. Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México, 1983.

³ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

En tercer lugar se posicionan los turistas provenientes de Rosario, ello se debe fundamentalmente por la cercanía a su lugar de residencia. Luego le continúan los turistas de Santa Fe (Capital), con el mismo porcentaje que los turistas provenientes de Entre Ríos (el 7%), seguido los de Córdoba, Uruguay, Brasil y Chubut.

La afluencia de turistas en relación a los registros de ingresos al Parque Termal del año 2002, se ha modificado. Con respecto a Capital Federal y Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires los porcentajes sin bien no fueron equitativos la diferencia se ha acotado notoriamente. Entre Ríos que se posicionaba en tercer lugar, ahora es reemplazado por los visitantes provenientes de la provincia de Santa Fe.

También se observa la presencia de turistas de países limítrofes, como Uruguay y Brasil³.



c. Ocupación / Profesión de la Demanda

Dentro de las ocupaciones / profesiones de los turistas que visitan Federación se pueden diferenciar 4 grandes grupos: los empleados (27%), los comerciantes (19%), los jubilados (17%) y el por último con el 37 % los técnicos, estudiantes, amas de casa, docentes empresarios y profesionales⁴.



d. Tamaño del Grupo Turístico

⁴ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

Los grupos constituídos por 10 o más personas representa el 40% de la demanda, seguidos en segundo lugar por los grupos de 3 a 5 personas (31%) y por aquellos conformados por dos personas con una representatividad del 15% sobre la muestra total⁵.

No obstante cabe destacar por 4 como tamaño de grupo turístico modal a aquel integrado por 4 personas, que representa el 18% de la demanda.

Por otra parte podemos agregar que si bien no fue registrada en forma sistemática la conformación de estos grupos turísticos, las observaciones realizadas durante las salidas a campo, permiten catalogar a los mismos como grupos familiares y de amigos.

e. Medios de Transportes utilizados por la Demanda

La demanda que se traslada a Federación frecuentemente lo hace a través de “medios propios” (46%) es decir con automóviles particulares. En segundo lugar con un 34% se posiciona “otros medios”, es decir que arriban mediante un ómnibus contratado por un grupo específico de pasajeros (tour) y en el último lugar se ubica los “medios de transporte público” con un 20%, entendido como aquel transporte que tienen por objeto satisfacer con continuidad, regularidad, generalidad, obligatoriedad y uniformidad, en igual condiciones para todos los usuarios, las necesidades de carácter general en materia de transporte.⁶

f. Estadía Promedio

⁵ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

⁶ Wallingre Noemí. *Transporte Carretero Argentino*, Buenos Aires, 1999.

La permanencia promedio de los turistas encuestados en el destino con un 85% es entre 1 a 6 días. Luego le sigue con un 10% una estadía entre 7 a 10 días, con un 5% de 11 a 14 días y no se registran estadías que superen los 15 días de permanencia⁷.



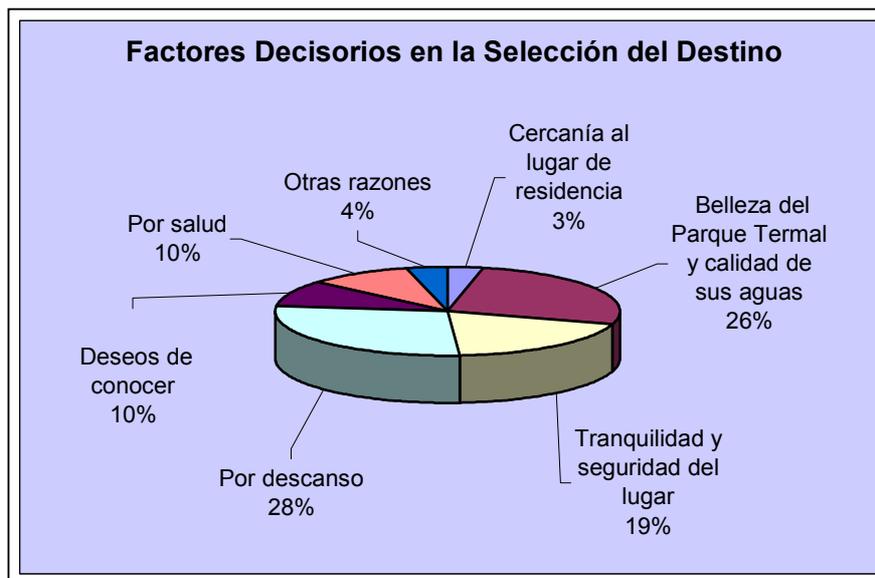
g. Factores de Decisión en la Elección del Destino

⁷ y ⁸ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

Entre los factores de decisión más frecuentes mencionados por la demanda, cabe destacar en primer lugar “por descanso” manifestado por el 28% de los encuestados y en segundo lugar por la “belleza del Parque Termal y calidad de sus aguas” con el 26%.

Otras razones relevantes que incidieron en el consumo de este destino es la “tranquilidad y seguridad del lugar”, “por salud”, “cercanía al lugar de residencia”, con una representatividad del 19%, 10% y 3 % respectivamente.

Finalmente se observa que un 10% de la muestra tiene como motivación el “deseo de conocer”⁸.



Nota: pregunta de respuesta múltiple. Total calculado sobre la base del tamaño de la muestra.

h. Tipo de Alojamiento

El 35% de la demanda se aloja en establecimientos del tipo “Bungalow”, seguido por un 24% “Apart Hotel”, y en tercer lugar con el 20% en “Hotel”.

En el cuarto lugar se posiciona con el 7% “Casa de alquiler”, luego la “Hostería” con el 6%, “Hospedaje” y “Casa de familia” con el 4%⁹.

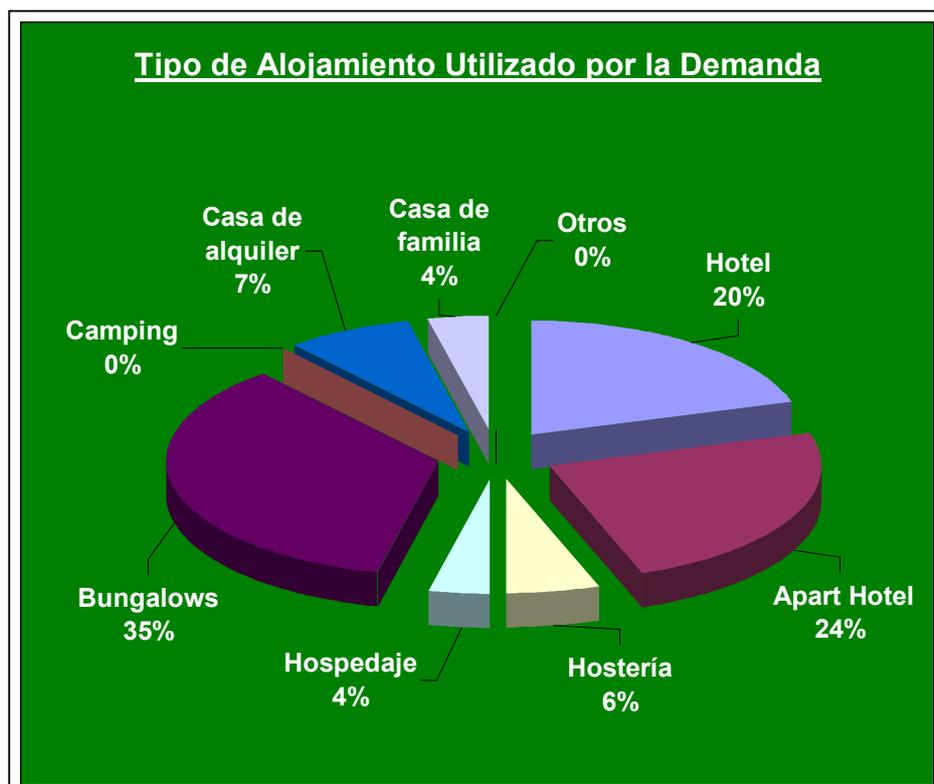
Cabe destacar que ninguna de las personas encuestadas se alojaba en “Camping”, es decir que esta modalidad de alojamiento extra hotelero es insignificativa en relación a la demanda que visita el destino Federación.

De la realización de un análisis que contempla la variable alojamiento con relación a los principales centros emisores, surgen los siguientes resultados:

- 1) Los turistas provenientes de Capital Federal, constituyen uno de los principales usuarios de “Bungalow” (15%) y “Apart Hotel” (11%).
- 2) Los segmentos pertenecientes al Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires son quienes más utilizan el tipo de alojamiento “Hotel” (7%) y “Casa de Familia” con un 4%.
- 3) El porcentaje de usuarios de “Hostería” (2%) es igual en Capital Federal como en el Gran Bs. As. y Pcia. de Buenos Aires.
- 4) Los usuarios más frecuentes en la modalidad “Hospedaje” con el 4% son los provenientes de Santa Fe.

⁹ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

- 5) Rosario se posiciona en primer lugar con un 4% en la utilización de “Casa de Alquiler”
- 6) Si bien Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires poseen un mayor porcentaje en la utilización de “Hotel”, prácticamente el número de usuarios es similar en Capital Federal (6%).
- 7) Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires tienen el mismo porcentaje en el uso de “Apart Hotel” con el 6%.
- 8) Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires poseen el segundo lugar en la utilización de “Bungalow” con el 11%.
- 9) La demanda que utiliza más diversidad de modalidades de alojamiento es Gran Buenos Aires y Pcia. de Buenos Aires, seguido por Capital Federal y en tercer lugar la provincia de Santa Fe.



Demanda de Modalidad de Alojamiento según Centros Emisores (en %):

i. Actividades Recreacionales

Mediante la encuesta se indagó acerca de las actividades turísticas recreacionales¹⁰ que realizarían los visitantes de Federación; los resultados fueron los siguientes¹¹:

- 1) el 23% realizaría “caminata”.
- 2) El 17% visitaría el “casino y/o salas de juegos de azar”.
- 3) El 16% realizaría “otras” actividades que no son propuestas dentro de la oferta turística.
- 4) El 14% realizaría actividades vinculadas con la “playa” que rodea al Lago Salto Grande.
- 5) El 12% de los encuestados realizaría “cabalgata”.
- 6) El 10% visitaría el “museo”.

Alojamiento	Capital Federal	Gran Buenos Aires y Provincia de Bs. As.	Rosario	Santa Fe
Hotel	6%	7%	-	4%
Apart Hotel	11%	6%	6%	-
Hostería	2%	2%	-	-
Hospedaje	-	-	-	4%
Bungalow	15%	11%	2%	2%
Casa de alquiler	2%	2%	4%	-
Casa de familia	-	4%	-	-

¹⁰ Boullón Roberto, Las Actividades Turísticas Recreacionales. Editorial Trillas. México, 1990.

¹¹ Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

7) El 5% realizaría alguna actividad vinculada a la “pesca”.

8) El 3% visitaría “discotecas”.



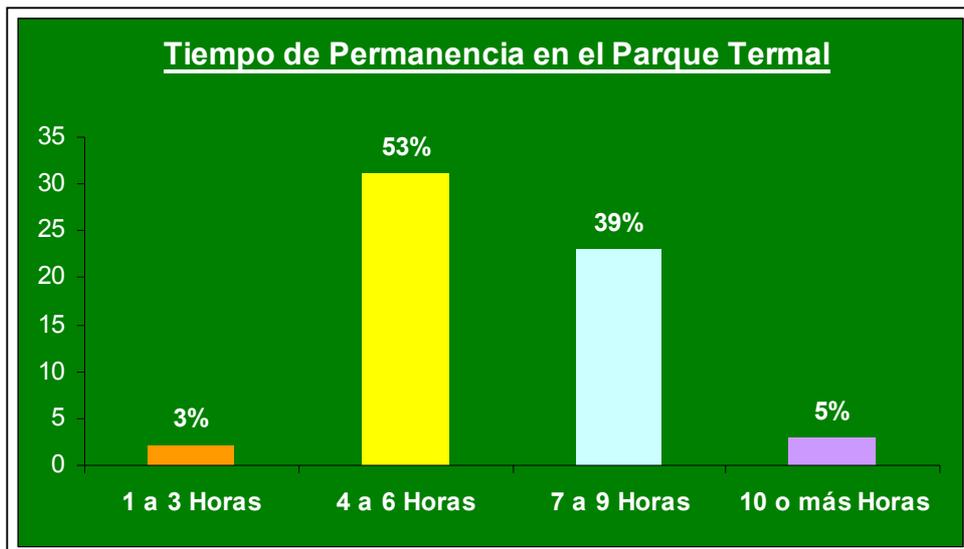
j. El Parque Termal

Una de las variables analizadas es el tiempo de permanencia de los visitantes en el Parque Termal por día, lo cual nos arroja el siguiente resultado¹²:

- 1) El 53% de la personas permanecen en el Parque Termal entre 4 a 6 horas diarias.

¹² Fuente: encuesta realizada para la presente investigación.

- 2) El 39% permanece entre 7 a 9 horas diariamente.
- 3) El 5% permanece entre 10 o más horas. Estas personas son quienes les dan un uso intensivo al Parque.
- 4) Sólo el 3% frecuenta el lugar entre 1 a 3 horas.



6.1. Perfil Socioeconómico de la Demanda

Los turistas actuales son tipificables por su nivel socio económico básicamente como BC1 y C2 – C3¹³.

En términos generales puede afirmarse que se trata de personas que tienen las siguientes pautas de consumo¹⁴:

1. El 70% se preocupa por la estética y la salud.
2. El 40% consume productos light.
3. El 20% hace deportes en su tiempo libre.
4. El 55% compra verdura y fruta fresca en el negocio del barrio (y no en supermercados).

¹³ El nivel socioeconómico A, que generalmente se analiza conjuntamente con los niveles B y C1, no es incorporado toda vez que para el producto que hoy puede ofrecer Federación no se contaría con la calidad que suelen requerir cuando vacacionan. En cuanto al nivel D1, sus componentes tienden a seguir, por cuestiones culturales, las pautas de consumo del C2, aunque no siempre lo pueden hacer por cuestiones económicas. Por ende, se presume que cualquier estrategia exitosa respecto al C2 “arrastrará” al D1, mientras que si se plantease a la inversa el resultado no sería idéntico.

¹⁴ Fuente: Secretaría de Turismo de Federación, Entre Ríos, Argentina.

5. El 95% tiene teléfono y el 65% tiene computadora personal.

6. El 40% tiene algún crédito, especialmente para la compra de auto, vivienda y electrodomésticos.

7. Tienen preferencia a salir de vacaciones en avión o con su auto. No obstante, un número importante de sus integrantes también utilizan líneas de ómnibus de larga distancia.

8. La variable precio es fundamental para su decisión, a partir de un estándar mínimo de confort (estar por lo menos algo mejor que en su casa).

9. Aprovechan los fines de semana largos para paseos cortos.

10. Algo más del 60% suele salir de vacaciones en pareja, con o sin hijos, mientras que aproximadamente el 30% lo hace en grupos múltiples y/o de amigos.

11. Las personas que conforman estos segmentos socioeconómicos son: comerciantes, empresarios, profesionales, docentes, jubilados, empleados, amas de casa, trabajadores por cuenta propia, estudiantes y técnicos, por lo que la actividad que desarrollan no es determinante (sólo marcan el perfil cultural y el perfil comprador).

6.2. Grado de Satisfacción de la Demanda con el Destino y sus Componentes

Valoración Global

La tendencia observada fue que casi la totalidad de turistas posee un nivel de satisfacción elevado. Un 97% manifestó un grado de satisfacción muy positivo o positivo con el destino turístico Federación.

No llega al 3% de los visitantes que declaró sentir un grado de insatisfacción negativo o muy negativo. Aunque ésta es una proporción muy baja dada la expansión del destino turístico, se destaca este hecho como algo a tenerse en cuenta.

En conjunto, los eslabones de la oferta turística de Federación más valorados han sido, el “Parque Termal” y la “seguridad”. Con una puntuación ligeramente más baja, se han situado los aspectos relacionados con el “ambiente familiar” y el “entorno medioambiental del Municipio” . Estas dimensiones son, por otra parte, aquellas a las que los turistas atribuyen, asimismo, una mayor importancia.

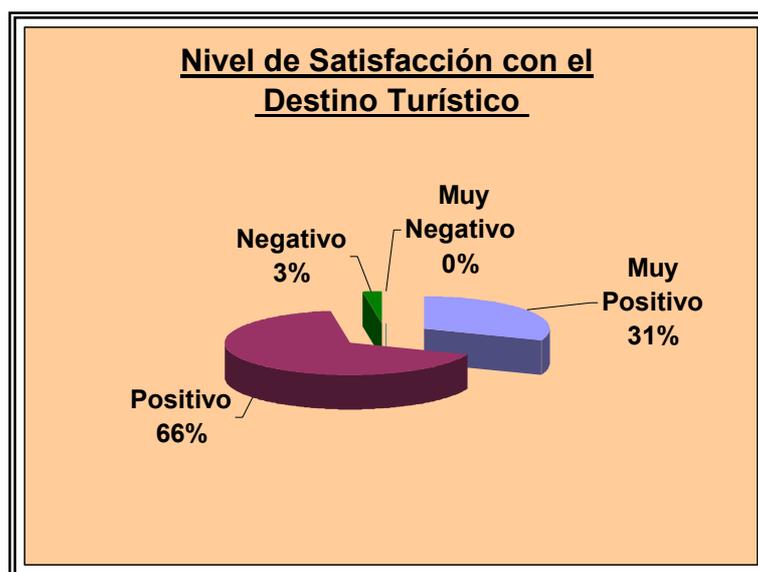
Por otro lado, los servicios menos valorados fueron: la diversidad de “comercios”, las “actividades nocturnas”, la “oferta lúdica”, el “aprovechamiento de las playas”, la “frecuencia de transportes” y la “Terminal de Ómnibus”.

Como se observa, los turistas otorgan gran importancia al Parque Termal, la seguridad y el ambiente familiar que a los demás grupos de servicios turísticos. Más específicamente se ha podido constatar, que los aspectos de la oferta turística a los que los turistas han atribuido en este caso mayor importancia han sido: la limpieza y seguridad del Parque Termal, el grado de contaminación atmosférica, la relación precio-calidad de los servicios, la seguridad ciudadana, la cortesía y amabilidad del personal de servicios y la limpieza de la ciudad.

El análisis de satisfacción de los turistas y la importancia que éstos otorgan a los distintos servicios turísticos, permite analizar el grado de adecuación de la excelencia de la oferta turística a la importancia que los turistas atribuyen a cada uno de los eslabones de la misma.

Este análisis permite identificar el grupo de servicios considerados como más importantes por los turistas y que la oferta de los mismos en Federación les ha satisfecho plenamente. Éstos constituyen pues, los puntos fuertes de dicha oferta.

Por el contrario, como puntos más débiles de la oferta turística de Federación –es decir, aquellos servicios que los turistas consideran importantes, pero que su prestación no ha alcanzado un nivel suficientemente satisfactorio– se encuentran: las actividades de esparcimiento, diversidad de comercios, aprovechamiento del recurso natural del Lago Salto Grande, frecuencia de transportes a la ciudad y la Terminal de Ómnibus.



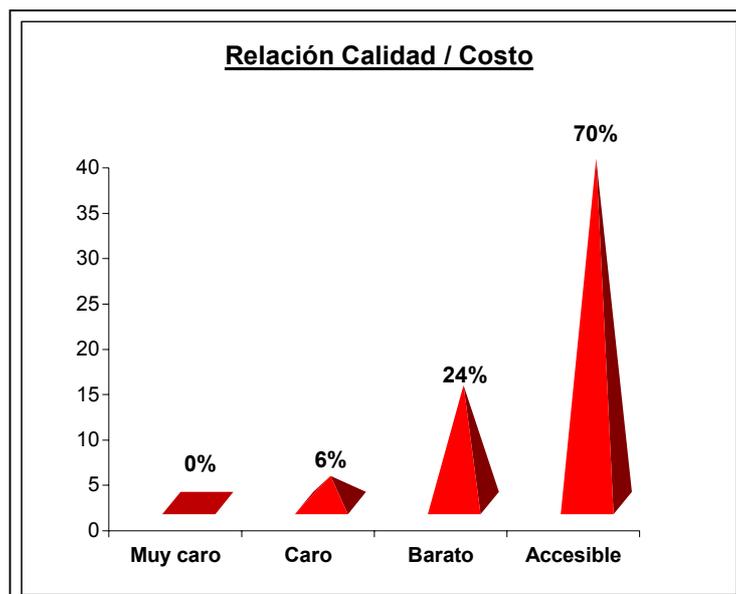
➤ **Opinión sobre el Alojamiento**

La gran mayoría de los turistas, concretamente el 96% de los mismos, opinó que el servicio y la atención del personal en donde se hospeda es muy bueno o bueno.

Con relación a la calidad / costo (precio) de los servicios manifestó lo siguiente:

El 70% de los turistas consideró los precios para alojarse en Federación como “accesibles” en relación a su nivel económico. El 24% cree que el precio es “barato” en relación a la calidad y servicio que ofrece. El 6% de la demanda lo calificó como “caro” y ninguno de los encuestados consideró que el alojamiento es “muy caro” con respecto al servicio.

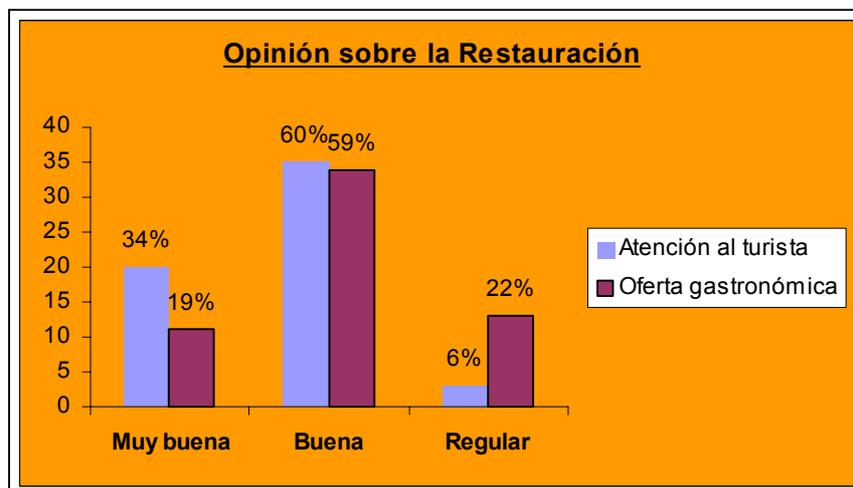
Es decir que la mayor parte de los turistas estuvieron satisfechos con los precios de los alojamientos, considerando la calidad de los mismos.



➤ Opinión sobre la Restauración

El 59% de los turistas que visitó Federación tienen una opinión “buena” de la oferta gastronómica, encontrándose como “muy buena” el 19% de los mismos. Los que consideraron que es “regular” se mantienen en un nivel bastante alto con el 22%.

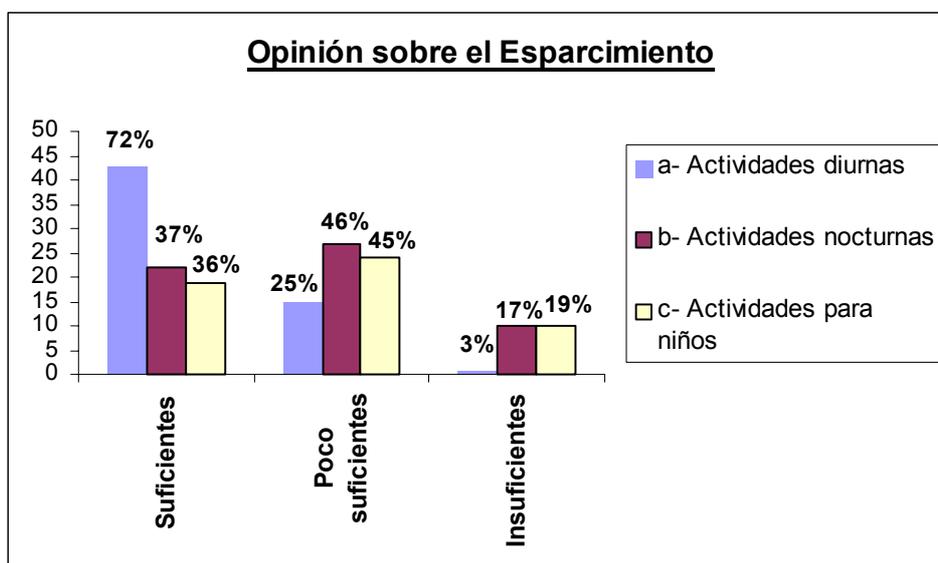
La opinión sobre el servicio a los turistas fue bastante satisfactoria. El 94% del total de los encuestados estimó que el servicio ha sido muy bueno o bueno, mientras que tan sólo un 6% lo calificó como regular.



➤ Opinión sobre las Actividades de Esparcimiento

Mediante la encuesta se evaluó la opinión acerca de cómo consideran las actividades que propone el destino Federación durante el día, la noche y las actividades para niños.

- 1) Actividades Diurnas: de las personas encuestadas, el 72% opinó que las actividades diurnas son “suficientes”. El 25% las consideró “poco suficientes” y 3% “insuficientes”. El nivel de satisfacción fue bueno.
- 2) Actividades Nocturnas: el 37% de la demanda manifestó que son “suficientes”, el 46% las consideró “poco suficientes” y el 17% “insuficientes”. El nivel de satisfacción fue bajo ya que el 63% las consideró por debajo del nivel de óptimo.
- 3) Actividades para Niños: El 36 % opinó que las actividades son “suficientes”, el 45% las consideró “poco suficientes” y el 19 “insuficientes”. El nivel de satisfacción fue bajo.



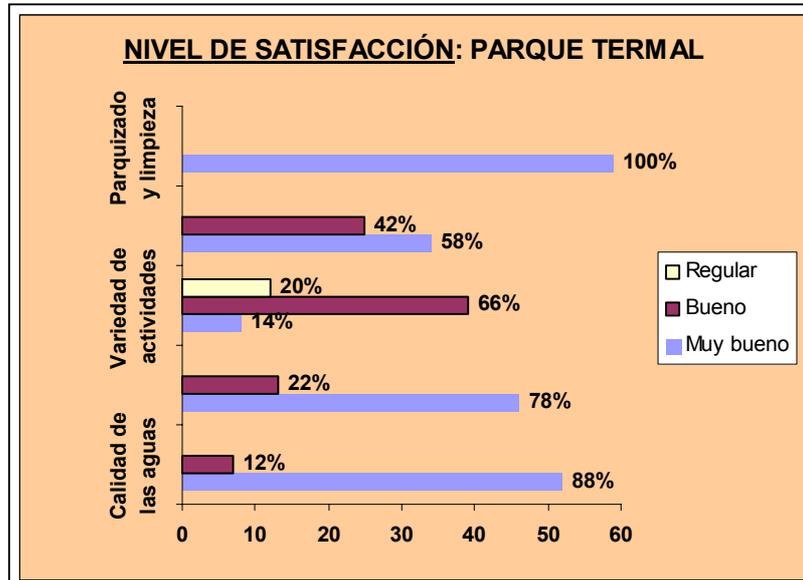
➤ Opinión sobre el Parque Termal

El análisis también contempló aspectos vinculados directamente con el atractivo principal de Federación: “Las Termas” y sus instalaciones⁴.

1. Calidad de las aguas: el 88% las consideró “muy buenas”, mientras que el 12% “buenas”. El nivel de satisfacción fue elevado.
2. Trato del personal con el turista: el 78% manifestó que es “muy bueno” y el 22% “bueno”. El nivel de satisfacción fue elevado.

⁴ Boullón Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas. México, 1983.

3. Variedad de actividades: un 66% de la muestra opinó que es “buena”, un 20% las consideró “regular”, y el 14% cree que son “muy buenas”. El nivel de satisfacción fue bueno.
4. Distribución y tamaño de las piscinas: más de la mitad de los encuestados (58%) consideró éste aspecto “muy bueno” y un 42% “bueno”. El nivel de satisfacción fue bueno.
5. Parquizado y limpieza: el total de la muestra manifestó en forma unánime (100%) que es “muy bueno”. Esta variable analizada fue la que se destacó por su alto índice de satisfacción por parte de la demanda quienes destacaron los mecanismos que posee el Parque Termal para lograr un resultado que se caracterice por el orden y la prolijidad en todas sus instalaciones.



Nota: pregunta de respuesta múltiple. Total calculado sobre la base del tamaño de la muestra.

Todos estos elementos hacen que el lugar sea muy satisfactorio según la opinión de los turistas, un espacio donde se caracteriza además de sus instalaciones por ser “tranquilo” y “saludable” en donde no haya motivos por los cuales preocuparse.

Un aspecto para destacar de los turistas, es que existe aparentemente un “efecto contagio” en cuanto a mantener la limpieza del lugar, quienes destacan este beneficio como muy satisfactorio y difícil de encontrar en cualquier otro destino turístico termal.

7. POSICIONAMIENTO DE FEDERACIÓN EN RELACIÓN A SUS PRINCIPALES COMPONENTES

El objetivo principal de este Punto es efectuar un análisis competitivo para evaluar el posicionamiento de Federación. Para ello se tomó en cuenta los medios por los cuales los turistas conocen la ciudad, otros destinos competitivos, la fidelidad al destino, la etapa del Ciclo de Vida por el cual transita y por último, se efectuó un análisis FODA.

Forma de Conocer Federación

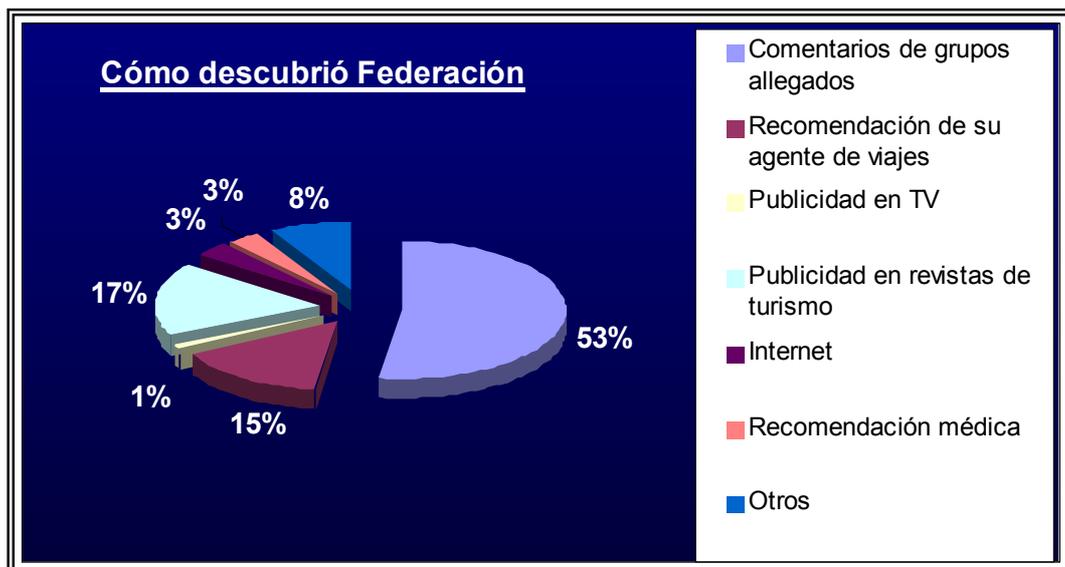
Teniendo en cuenta las encuestas realizadas, el medio a través del cual el turista ha obtenido información de Federación como destino turístico fueron los siguientes:

El principal medio por el cual el turista afirmó que descubrió las Termas fue por comentarios de grupos allegados (53% de las respuestas)

Otro medio en cuanto a forma de conocer el destino fue la publicidad en revistas de turismo (17%).

En tercer lugar por recomendación de su agente de viajes (15%) y el 15% restante se divide en: publicidad en TV, Internet, recomendación médica y otros.

Es importante destacar que más del 50 % de los encuestados eligió el lugar por la influencia de los grupos allegados, frente a un 21% que lo hizo por la influencia de los medios de comunicación y asimismo no existen diferencias significativas en la forma de conocer este destino turístico entre los principales centros emisores que visitan Federación.



Nota: pregunta de respuesta múltiple. Total calculado sobre la base del tamaño de la muestra.

Destinos Competitivos

Otro de los aspectos indagados en la demanda fueron otras ciudades termales que constituyeran una alternativa de Federación:

La ciudad termal con mayor porcentaje de afluencia por parte de los turistas encuestados fue, "Río Hondo" (Santiago del Estero) con el 29%. En segundo

lugar se posicionó “Daymán” (Uruguay) con el 20%, seguido de “Concordia” (Entre Ríos) con el 17%.

Los restantes destinos termales fueron “Arapey” (Uruguay) (14%), “Villa Elisa” (12%), “Colón” (5%), “Copahue-Caviahue” (1%), “San Luis” (1%) y “Chile” (1%).

El nivel de calificación en cuanto a la experiencia en otras ciudades termales nos arrojó el siguiente resultado: el 69% consideró sus experiencias en otros destinos termales “buena”, un 26% “muy buena”, un 4% “mala” y en último lugar “excelente” con un 2%.



Fidelidad al Destino

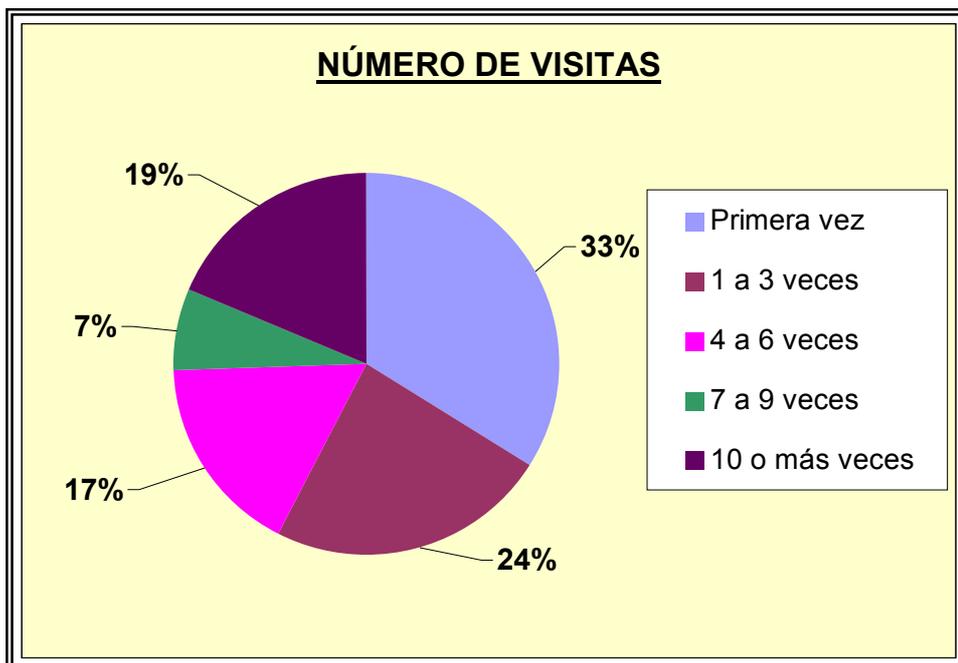
Los resultados muestran, dos fenómenos claramente diferenciados, en primer lugar el alto porcentaje de turistas que vuelve a Federación tras haberla visitado anteriormente y, en segundo lugar, que el 33% son turistas que la visitan por primera vez.

Un 98% de los turistas consultados han expresado su voluntad de volver a Federación.

Los altos niveles de satisfacción, se explican en la valoración alcanzada con los distintos componentes del producto turístico.

El principal motivo por el cual los visitantes regresarían es por la “tranquilidad / desestresante” (31%) del lugar, en segunda posición porque “le gusta todo” (23%). En el tercer lugar se ubica “el Parque Termal” (15%), seguido de porque “la pasa bien / le agrada / le encanta “ por el 13%.

Los motivos restantes fueron “calidez de la gente”, “es muy ordenado”, “belleza del paisaje” y “es barato” con el 9%, 4%, 4% y 1% respectivamente.



Factores en la Repetitividad al Destino



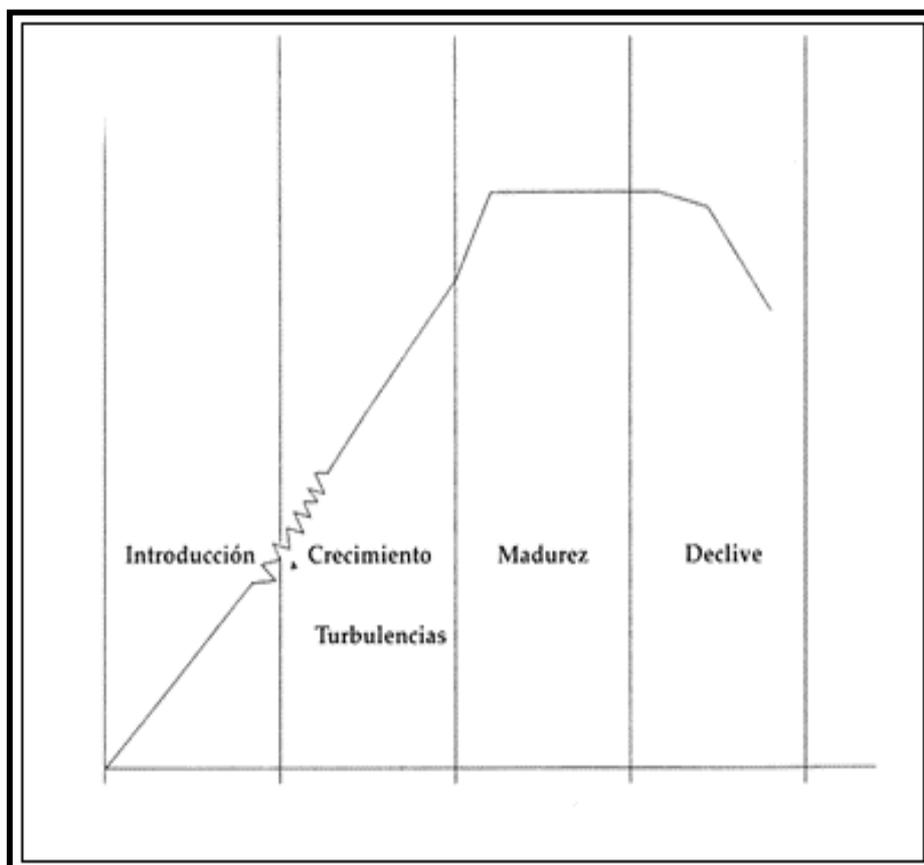
Nota: pregunta de respuesta múltiple. Total calculado sobre la base del tamaño de la muestra.

7.1. CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO FEDERACIÓN

El Destino Turístico Federación, como ha sido descrito en los Puntos anteriores, está conformado por todos los bienes, servicios, patrimonio y cultura de la comunidad federaense.

En un sentido amplio, el destino puede ser identificado como un paquete de satisfacciones, que concibe tanto los bienes tangibles como los intangibles.

Etapa del Ciclo de Vida, en la cual se encuentra el Destino Turístico Federación



Como se puede observar en el gráfico, el destino turístico Federación se ubica en la etapa de **crecimiento**. Esto quiere decir que el destino empezó a ser aceptado por el mercado y el número de visitantes, como así también la rentabilidad de la actividad turística, están en una etapa de evolución.

En este momento aparecen los clientes fieles, que repiten sus visitas e incorporan nuevos turistas a que conozcan el destino y también aparecen los competidores, que se han dado cuenta del interés que genera el destino en los turistas y su crecimiento, como es el caso de otros centros termales vecinos como Chajarí, Colón, Villa Elisa y Concordia; es aquí cuando hay que decidir cómo reaccionar ante esta nueva competencia.

Gestionar la etapa de crecimiento es tal vez el desafío más complejo del proceso de explotación de un destino turístico, es donde se debe tener presente a todos los actores que forman parte de la actividad turística, el funcionamiento del equipamiento e infraestructura del destino, los atractivos y las actividades que derivan de ellos, las características de la demanda y por sobre todas las cosas, es el momento de fijar firmemente el rumbo que se quiere seguir como destino turístico.

7.2. ANÁLISIS FODA DEL DESTINO TURÍSTICO FEDERACIÓN

FORTALEZAS

- ✓ Es la única ciudad construída a orillas del Lago Salto Grande.
- ✓ El entorno paisajístico es atractivo.
- ✓ Es la primera ciudad termal del corredor turístico del Río Uruguay.

- ✓ La amabilidad y la cortesía de sus habitantes.
- ✓ Tiene bien definidas las áreas de la ciudad para el desarrollo de la actividad turística.
- ✓ Las instalaciones del Parque Termal.
- ✓ Gran apoyo de las autoridades para el desarrollo de actividad turística.
- ✓ El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Ambiental.
- ✓ Optimo nivel de satisfacción de la demanda en relación al atractivo natural de base.
- ✓ Imagen favorable del destino basada en 1) seguridad y tranquilidad del lugar y 2) ambiente familiar.
- ✓ Posee un importante número de turistas fieles al destino.

OPORTUNIDADES

- ✓ Gran crecimiento del turismo termal.
- ✓ El puente Rosario-Victoria acorta las distancias desde uno de sus centros emisores más importantes: la ciudad de Rosario, Santa Fe.
- ✓ Aprovechar las ventajas comparativas para lograr diferenciación respecto a productos termales similares ofrecidos por centros competitivos.
- ✓ Adecuación entre los componentes calidad / costo con respecto a los destinos competitivos.
- ✓ Detectar las causas que provocan deterioro en el hábitat, como forma de mantener e incrementar la competitividad.
- ✓ Posibilidad de captar inversores para una oferta de servicios tanto básica como complementaria, dada una demanda en expansión.
- ✓ Tendencia de la medicina moderna a utilizar las aguas termales para prevención y rehabilitación de los pacientes.
- ✓ Los tratamientos de belleza que en un principio buscaban soluciones quirúrgicas, hoy en día se basan en una gran proporción a soluciones de tipo naturales.

DEBILIDADES

- ✓ Oferta insuficiente de actividades de esparcimiento, diurno y nocturno que satisfaga a los distintos tramos etarios.
- ✓ Existe una marcada dependencia de un solo producto turístico motivacional.
- ✓ Falta de equipamiento hotelero de categorías cuatro y/o cinco estrellas.
- ✓ Falta de capacitación en diversas áreas de la economía que forman parte del desarrollo turístico.
- ✓ Falta de incentivo para la venta de productos locales.

- ✓ Insuficiencia de carteles publicitarios del destino Federación, sobre la Ruta Nacional 14.
- ✓ Desactualización de la folletería de la ciudad de Federación y del Parque Termal.
- ✓ Falta de unanimidad de criterios en la prestación de los servicios de las diferentes categorías de alojamientos.
- ✓ Imagen negativa generada por el ingreso de menores de edad al casino.
- ✓ Reconocer como propio la importancia que tiene el Lago Salto Grande.

AMENAZAS

- ✓ Las localidades vecinas están viendo en el turismo y la explotación del recurso termal una forma de incrementar sus economías.
- ✓ Río Hondo, Concordia, Colón, Damián y Arapey poseen equipamiento hotelero superior al de Federación.
- ✓ Concordia esta desarrollando un gran complejo termal y es posible acceder al destino por vía aérea.
- ✓ Otros destinos termales poseen mayor diversidad de productos recreativos con el fin de captar otros segmentos de la demanda.

8. CONCLUSIONES

A partir del trabajo realizado se puede advertir que un aspecto muy positivo es la existencia del “Plan de Desarrollo Estratégico Turístico Ambiental”, elaborado en el año 2000, el cual sienta las bases de desarrollo para los próximos 15 años. Si bien dicho Plan contempla la actualización en el presente año, esto no se ha llevado a cabo. Aquí vemos una primera falencia característica, no sólo de esta comunidad, sino del país en su conjunto con respecto a la ausencia de planes de desarrollo sustentables.

La desactualización del Plan pone en peligro el adecuado desarrollo que debería tener el destino turístico Federación, justamente cuando está atravesando la etapa de crecimiento de su Ciclo de Vida. Estos desajustes perjudican a todos los componentes del sistema turístico y vuelven poco previsibles las condiciones de un adecuado crecimiento a mediano y largo plazo.

Los responsables de las políticas turísticas, tanto del sector público como privado, tienen que establecer estrategias firmes, eficaces y decididas a favor del turismo, de lo contrario la actividad se modificaría según las tendencias de cada momento, pero sin el efecto progresivo y eficiente que un adecuado programa de acciones estratégicas podría propiciar.

Durante mi observación en la salida a campo y del análisis de las encuestas efectuadas, surge que el Parque Termal, principal atractivo de Federación, posee un adecuado funcionamiento, adecuadas instalaciones y un excelente nivel de limpieza. Sin embargo, existe una carencia de actividades e instalaciones de juegos para niños, sobre todo teniendo en cuenta que la demanda está compuesta en gran parte por familias con hijos pequeños.

Otra característica y muy positiva es que el Parque, debido a las inversiones realizadas por el Municipio, se encuentra en una etapa de expansión, que es paralela al número de sus visitantes.

Las encuestas realizadas, por una parte muestran un adecuado nivel de satisfacción con el destino, pero sin embargo la demanda turística de Federación reclama una mejora en la oferta de esparcimiento y establecimientos comerciales; esto último se debe en gran parte, a la falta de incentivo por parte del Municipio para la apertura de nuevos comercios que satisfaga la necesidad de los turistas, ya que los visitantes son potenciales consumidores.

Cuando decimos establecimientos comerciales, hacemos referencia no sólo a la venta de productos turísticos o souvenirs, sino también a aquellos productos básicos, que son necesarios para las personas más allá del lugar en donde se encuentren: alimentos, artículos personales, etc.; cabe consignar que el crecimiento de pequeñas y medianas empresas (Pymes) favorecería la economía local, teniendo en cuenta la relación entre la población estable y la afluencia turística.

También se percibió que los horarios de atención al público en los locales, son bastante restringidos con respecto a los horarios que manejan los turistas, quienes la mayor parte del día permanecen en el Parque Termal y suelen salir de allí al atardecer.

En el estudio de la oferta de alojamiento y restauración no se observan Hoteles de categorías superiores a 3 estrellas, ni restaurantes de calidad, lo cual impide captar un segmento de la demanda con mayor poder adquisitivo. Éste puede ser uno de los factores por los cuales el nivel de gasto de los turistas es actualmente bajo.

También se observa que el nivel de atención y servicio con respecto al alojamiento y la restauración puede ser mejorado, dado que la opinión recogida por los turistas no es muy satisfactoria. Ello se debe a que la mayor parte de los empresarios que prestan servicios turísticos provienen de otras actividades económicas, pero dada la expansión del turismo en la ciudad, optaron por invertir en la actividad pese a que no poseían experiencia en dicha área.

Si bien se ha advertido que algunos componentes del sistema turístico como los hoteleros, trabajan conjuntamente, se aprecia que otros componentes como los representantes de la restauración y el esparcimiento no suman esfuerzos para que los conceptos de “calidad” y “variedad” estén asociados al destino Federación.

Con respecto a las prestaciones de los agentes de viajes no hay competencia, ya que se identificó una sola Agencia de Viajes, la cual ofrece entre otros servicios paseos en los alrededores de la ciudad. También hay que destacar que se ofrecen en la vía pública y de manera informal otras excursiones como por ejemplo: Aventura 6x6, dentro de la modalidad turismo aventura, con los riesgos de seguridad que ello implica para los turistas.

La composición de la demanda es heterogénea desde el punto de vista etario, de procedencia interna casi en su totalidad y de un nivel socioeconómico medio y medio bajo; ello se ve reflejado en las pautas de consumo y en el bajo nivel de gastos que realizan los turistas.

Los mismos se movilizan generalmente en grupos siendo el medio más utilizado para el traslado el automóvil, con una estadía promedio que no supera los cuatro días considerando el 85% de la población encuestada.

Hay que destacar que el destino turístico no tiene una marcada estacionalidad siendo sus temporadas altas los fines de semana que se extienden por días feriados.

El análisis de la competitividad del destino Federación, nos arroja un balance de éxito elevado, donde la fortaleza descansa fundamentalmente en el producto “Termas”, como así también se destaca la creciente competencia de nuevos destinos termales en localidades vecinas, quienes han aprendido de la experiencia de Federación, de forma que no han incurrido en los mismos errores.

Con respecto al posicionamiento se observa la necesidad de afianzar la imagen de la ciudad como destino termal, para lo cual se deberá tener bien en claro a que segmentos de la demanda se quiere llegar, teniendo presente todos los beneficios y limitaciones que traen consigo cada uno de estos grupos, considerando que uno

de los factores a tener en cuenta, es que la imagen de un destino turístico condiciona las expectativas depositadas por el turista en la compra del producto y la satisfacción con su viaje será el resultado de la comparación entre dichas expectativas y la percepción final que se conforma tras su experiencia en él.

También se identificó una insuficiente tarea de promoción del destino, tanto en localidades vecinas, como así también en los principales centros emisores y en países limítrofes.

Por lo expresado anteriormente, como fórmula para el sostenimiento y potenciación del destino turístico Federación, se requieren actuaciones ágiles, novedosas y sostenidas en el tiempo, teniendo como objetivo el desarrollo del turismo para lograr el máximo beneficio en los visitantes y en los residentes de la localidad, pero al mismo tiempo, tratando de controlar y minimizar los posibles impactos negativos de la actividad turística. Cabe aquí una reflexión sobre los efectos que producirían en el medio ambiente el crecimiento descontrolado de la oferta, cuando pasa a ser el resultado no de planes de desarrollo, sino de la especulación inmobiliaria o de emprendimientos agresivos que no tienen en cuenta el impacto que pueden provocar.

9. PROPUESTAS

1. Capacitación en distintas áreas de la actividad turística.

Es necesario capacitar a todas y cada una de las áreas que forman parte del sistema turístico Federación: comerciantes, hotelero, gastronómicos, etc.; para garantizar un servicio de calidad dado que se observan algunas carencias, principalmente en hoteleros; quienes en pos de lograr un precio competitivo, en ocasiones dejan de lado, elementos fundamentales que conforman el servicio.

Se propone, establecer programas de formación profesional, puesto que resulta imprescindible ofrecer productos turísticos de calidad con un alto nivel de profesionalidad, tarea en la cual la calificación de los recursos humanos se torna una herramienta básica de la actividad turística, donde la mano de obra es un *input* intensivo y principal en la estructura productiva del negocio turístico.

También es necesario formar a los agentes de viajes de los centros emisores, para la comercialización del producto Termas contribuyendo al crecimiento de las bondades del producto

2. Analizar la relación actual de los federaenses con los turistas.

Con el fin de garantizar que el nivel de satisfacción de la demanda logrado hasta el momento, dada la buena predisposición en la prestación de

servicios por parte de los residentes, no comiencen a decaer como consecuencia de un cambio en el comportamiento y actitud de los mismos; se recomienda analizar cuál es la opinión y la tendencia de los federaenses con respecto al incremento de turistas en la ciudad, para conocer, identificar, cambiar, renovar o mantener según el caso, las tendencias que predominan, ya que la calidad del servicio es una cadena en la que cada persona y elemento es un eslabón y si alguno de los eslabones cede o se rompe, la supervivencia del destino se pone en peligro.

3. Actualización constante del “Plan de Ordenamiento Urbano de Federación”

Esto es una declaración básica que permite definir reglas de juego. Este tema es parte del turismo, pues sin una buena definición y ordenamiento del espacio territorial puede verse frustrada la actividad turística. Es necesario conocer, prever y anticipar los efectos de la explotación tanto de los atractivos turísticos como todos aquellos elementos que componen la actividad, con el objetivo de adecuar las estructuras al desarrollo de las diferentes áreas dentro de la ciudad.

4. Financiar programas de investigación orientados al análisis de mercado.

Diseños de nuevos productos, estudios motivacionales, definición de planes de distribución y comercialización, creación de bancos de datos estadísticos y mejora y actualización de las actividades vinculadas al turismo. Esta tarea involucra directamente a los organismos estatales de Federación y requiere la colaboración del sector privado.

5. Incentivar la inversión privada para la construcción y/o ampliación

de la oferta turística (hoteles, establecimientos comerciales, restaurantes, etc.) mediante incentivos fiscales y líneas crediticias.

6. Participación en ferias y eventos turísticas nacionales y en países limítrofes.

Se sugiere la presencia de Federación en ferias y eventos turísticos para fortalecer la imagen del destino, dar a conocer sus productos y posicionarse firmemente frente a los demás destinos termales y en los agentes de viajes, mayoristas, inversores y todos aquellos vinculados con la actividad turística directa o indirectamente.

7. Colocación de cartelera en rutas que contengan información turística de Federación.

Se propone la realización de una campaña de promoción del destino Federación, sobre las Rutas Nacionales Número 14 y 12.

Dicha cartelera debería contar con información de los atractivos turísticos acompañado de imágenes que proporcionen a los potenciales turistas, una visión del destino.

El objetivo de esta propuesta es captar el interés de las personas que transitan por dichas rutas, en conocer la ciudad de Federación, ya que al encontrarse a 15 kilómetros de la Ruta Nacional 14, a diferencia de otras ciudades termales, las personas raramente ingresan a conocer el lugar.

8. Actualizar la folletería de la ciudad y mapa del Parque Termal.

Se sugiere además de la actualización de la folletería y mapa del Parque Termal, la incorporación de los diversos circuitos turísticos que pueden realizarse en y desde la ciudad de Federación. Esto brindará mejor y mayor información al turista, lo cual ayuda a la imagen del destino en su conjunto .

9. Mejoramiento de la página web de la ciudad de Federación.

Internet se ha convertido en una manera muy accesible a través del cual los turistas buscan información de los diferentes destinos. Se sugiere para la página web oficial de Federación la incorporación de imágenes, mayor información sobre el Parque Termal, los alojamientos, la restauración, las actividades de esparcimiento y demás datos que sean de interés para el turista.

El formato y los colores del sitio han de ser revisados cuidadosamente, con el objetivo de crear un lugar en la red, que capte la atención de quienes lo visitan y que no sea una página estática y poco atractiva.

10. Diseño de postales y calcomanías.

Ante la inexistencia, se sugiere el diseño de postales y calcomanías con iconos representativos de Federación y de sus atractivos turísticos. Las mismas pueden ser utilizadas como un elemento de publicidad con la intención de fortalecer la imagen de marca del destino.

11. Mejoramiento de las instalaciones y servicios ofrecidos en la Terminal de Ómnibus.

La Terminal de Ómnibus es la primera entrada de muchos de los visitantes, es la primera imagen que tiene el turista de la ciudad, es por eso que debería ser lo más confortable y agradable posible, poseer todas sus instalaciones en funcionamiento y tener un mantenimiento que no permita el deterioro del mismo con el paso del tiempo y la afluencia de pasajeros al lugar.

Paralelamente, se ha observado que un gran número de visitantes que llega a Federación por medio de transporte público, no tienen otra opción que contratar un remis para trasladarse a sus alojamientos.

Esto nos está mostrando una carencia de transfers, que es un servicio que podría ser brindado tanto por los establecimiento hoteleros o por empresas particulares, para darle al pasajero seguridad cuando arriba a una ciudad que desconoce y complementar la oferta, facilitando a grupos mayores de cuatro personas la posibilidad de trasladarse.

12. Incentivar la producción y comercialización de productos artesanales locales y regionales con vista al rescate del patrimonio cultural y al beneficio económico que esto conlleva.

13. Se sugiere la realización de una calle peatonal turística.

Un gran porcentaje de los encuestados asegura que una de las actividades que realiza o realizaría es caminata. Teniendo en cuenta la opinión de la demanda, se propone la realización de un espacio destinado a la exposición y comercialización de productos artesanales locales y regionales. De esta manera se estaría integrando a los miembros de la comunidad quienes actuarían como productores y a los turistas quienes serían los potenciales consumidores. Habría que tener en cuenta una gran amplitud de horarios para los establecimientos comerciales, locales de restauración y esparcimiento.

14. Alojamiento

a. **Fortalecimiento de la competitividad de hoteles pequeños:** desarrollo de sus ofertas y de su capacidad de proyección. Esta

propuesta tiene como finalidad el mejoramiento de la calidad de los servicios que brindan a los turistas, como así también las tarifas de los mismos.

b. **Desarrollo de equipamiento hotelero de cuatro y/o cinco estrellas** que satisfagan a un segmento de la demanda caracterizada por alojarse en estas categorías inexistentes en Federación y que muchos de sus destinos competidores poseen.

c. **Programas de estandarización de los servicios y calidad dentro de las mismas categorías de alojamiento.**

En el análisis del equipamiento de los alojamientos se identificó una carencia con respecto a este punto. Muchos de los alojamientos que son contemplados como Bungalows, Apart Hoteles, Residenciales, entre otros, varían mucho con respecto a los servicios que ofrecen, motivo por el cual por ejemplo en ocasiones se suele denominar Bungalow a lo que sería un Apart Hotel.

d. **Convenio entre los alojamientos turísticos y los clubes de la ciudad de Federación**, para la utilización de las instalaciones deportivas de los mismos, con el fin de ampliar la oferta de esparcimiento, permitiendo a los turistas la posibilidad de prácticas deportivas.

15. Casino

a. **Prohibir la entrada de menores de edad al casino.**

La presencia de menores dentro de la sala de juego, genera una imagen negativa de Federación a las personas que visitan el atractivo.

b. **Restaurar el edificio** interior y exteriormente brindando a los turistas mayor comodidad y un espacio agradable visualmente.

c. **Realizar un área contigua** al edificio donde puedan permanecer los menores de edad con el fin de recrearlos con juegos infantiles, videos games, etc.; bajo la supervisión de personas adultas.

16. Aprovechamiento del Lago Salto Grande

a. **Incentivar el desarrollo de la costa del Lago Salto**

Grande fomentando construcciones en la costanera que permitan el ofrecimiento de servicios de restauración y esparcimiento en vista hacia el aprovechamiento integral del atractivo.

b. **Realizar un Circuito de Salud** en la costanera, que

permita a las personas la práctica de actividad física, las cuales deberán estar detalladas en carteles indicadores a los largo del recorrido.

Hay que considerar las propuestas para que sean aprovechables durante todo el año ya que no hay una marcada estacionalidad.

17. Parque Termal

- a. **Realizar un área de esparcimiento para los niños** aprovechando el recurso natural (agua termal) con juegos acuáticos retirado de las zonas pasivas.
- b. **Se propone la remodelación del comedor** ya que la construcción impide obtener una visión del paisaje, para lo cual se sugiere la incorporación de grandes ventanales vidriados que permitan disfrutar del verde parqueizado y del paisaje en su conjunto.
- c. **Se propone realizar una iluminación artística** que favorezca la visual de los elementos naturales que se ubican en el Parque creando un entorno armónico y atractivo.

18. Esparcimiento

Además de la actividad termal que es el principal motivo de viaje, hay que ampliar y diseñar productos acordes a la demanda que visita la ciudad. Para ello se sugiere:

- a. **Fomento de actividades teatrales** de diversos géneros de producción local o del resto del país.
- b. **Apertura de una sala cinematográfica** en donde se proyecten películas de cartelera.
- c. **Contratación de grupos musicales** de diversos géneros que ofrezcan mini-recitales al aire libre en el anfiteatro.

- d. **Ofrecer lugares con shows** musicales en vivo de artistas locales, regionales y/o del resto del país.
- e. **Exposiciones** de muestras artísticas que promuevan el conocimiento de artistas locales y regionales.
- f. **Diversificar la oferta** de restaurantes y ampliar la oferta de confiterías, bares y pubs.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel. *Administración del turismo*; Trillas, México, 2000.
- Alfonso Hernández, Edgar. *Planificación Turística*; Trillas, México, 1996.

- Alvarez Cuervo, Raúl. *Jerarquización de los Recursos Turísticos*; Revista Estudios Turísticos, España, 1987.
- Bauld-Bovy, Manuel and Lawson, Fred. *Tourism and Recreation Development*; Boston: the Architectural Press, 1977.
- Bolonini, Luisa Elena. *Ponencia de Turismo Salud*, Buenos Aires, 2003.
- Boullón, Roberto. *Planificación Física del Turismo*; Doc. N° 2/005, Cuarto Curso Nacional de México, CICATUR, México, 1976.
- Boullón, Roberto. *Planificación del Espacio Turístico*; Trillas, México, 1983.
- Boullón, Roberto. *Los Municipios Turísticos*; Trillas, México, 1990.
- Boullón, Roberto. *Las Actividades Turísticas y Recreacionales*; Trillas. México, 1990.
- Cibeira Moreiras, Rosa. *Ponencia realizada en las Jornadas Internacionales 2000 de Turismo*, Federación, Argentina.
- Dahdá, Jorge. *Publicidad turística*; Trillas, México, 1998.
- Dorland, *Diccionario Medico de Bolsillo*, McGraw-Hill, Interamericana de España, 1989.
- Figuerola Palomo, Manuel. *Los sectores de la restauración*; Federación Española de Restaurantes, Cafeterías y Bares, Madrid, 1998.

- Fuster, Luis. *Teoría y Técnica del Turismo*; Nacional, cultura y Sociedad, Madrid, 1980.
- Gómez Bote, Veneziano. *Planificación Económica del Turismo de una Estrategia Masiva a una Artesanal*; Trillas, México, 1990.
- Hernández Díaz, Edgar Alfonso. *Proyectos turísticos: formulación y evaluación*; Trillas, México, 1999.
- Iglesias Millán, J. Antonio. *Técnicas de investigación aplicadas al sector turístico*; Síntesis, Barcelona, 2001.
- Lambin, Jean Jacques. *Marketing Estratégico*. ; McGraw Hill, Naucalpán de Juárez, 1988.
- Molina, Sergio. *Planificación Integral del Turismo*; Trillas, México, 1997.
- Ponterio Vitale, Sergio. *Metodología en el turismo*; Trillas, México, 1991.
- Rocha Centeno, Rogelio. *Metodología de la investigación aplicada al turismo*; Trillas, México, 1992.
- Smith, Stephen L. *Geografía recreativa: investigación de potenciales turísticos*; Trillas, México, 1992.
- Suárez Santos, Mayte. *Medicina y Termalismo*, Madrid, 2001.
- Viñals Blasco María José, Bernabé García Antonio. *Turismo en Espacios Naturales y Rurales*, libro Docente, ISBN, España, 1999.

- Waichman, Pablo. *Tiempo Libre y Recreación. Un enfoque pedagógico*, Editorial PW, Buenos Aires, 1993.
- <http://www.termasalud.com>

12.ANEXO

A continuación se presenta el instrumento para la recolección de datos del destino turístico Federación y las cincuenta y nueve encuestadas realizadas.

Asimismo forman parte del anexo el cuestionario oportunamente enviado a la Lic. Luisa Bolonini, el resumen del “Plan de Desarrollo Estratégico Turístico Ambiental” de Federación (Entre Ríos) elaborado en el año 2000 y un artículo aparecido en el

diario La Nación el 13 de agosto del corriente año que confirma la reinauguración del tren que une Buenos Aires con Posadas, Misiones.

Finalmente se adjunta un mapa de la ciudad de Federación y un plano del Parque Termal

