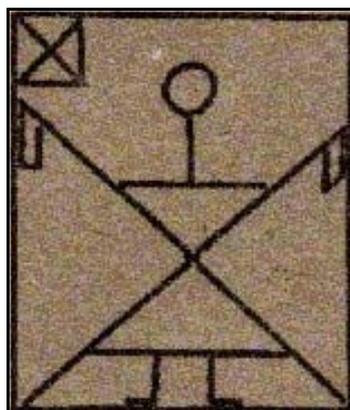


JUAN IGNACIO FASSI

Chajarí Turístico

Realidades, Acciones y Logros
de una ciudad entrerriana®



Trabajo Final 2003

Licenciatura en Turismo
Universidad Abierta Interamericana
Buenos Aires

Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Turismo y Hospitalidad

Licenciatura en Turismo

Alumno: Juan Ignacio Fassi

Trabajo Final

Tutor: Prof. Nora Ferrara

Fecha de Entrega: 1 de septiembre de 2003

Firma:

juanifassi@sinectis.com.ar
Av. Gral. Las Heras 2269 4to. "B"
4806-0259

JUAN IGNACIO FASSI

Chajarí Turístico

Realidades, Acciones y Logros
de una ciudad entrerriana®

Ilustración de portada
Cartas de Tacuabé
Uno de los últimos Indios Charrúas (primeros pobladores del litoral entrerriano)

Septiembre 2003



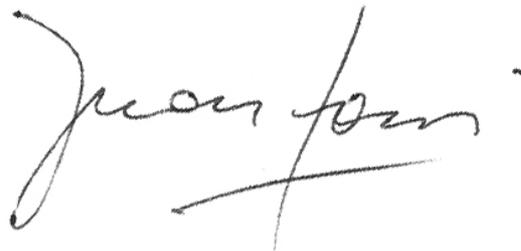
...“Centrando mi voluntad en la ejecución de los pequeños hechos, dí vuelta mi caballo y, lentamente, me fuí para las casas.
Me fuí como quien se desangra”.

Don Segundo Sombra, Ricardo Güiraldes



Este trabajo fue realizado con la ayuda de mucha gente en la Ciudad de Chajarí a quienes quiero agradecer expresamente y hacerlo extensivo a cada uno de los profesores de la Facultad de Turismo y Hospitalidad de la UAI; también a Javier Bilotta y Javier Speroni, por las imágenes; a Marta Ramón, por su mirada atenta; a Roxi Suculela, por compartir conmigo la posibilidad de reírnos de nosotros mismos y a mi familia.

Buenos Aires, Agosto 2003

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Juan Fern". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

INDICE

TEXTO EN DISCO 1 NO CONTIENE IMÁGENES ANEXO EN ARCHIVO APARTE IMÁGENES EN DISCO 2

Títulos y Páginas (para ejemplar impreso)

- 1. Introducción 10**
- 2. Objetivos 13**
- 3. Antecedentes 14**
- 4. Diseño y Metodología 14**
 - 4.1 Propuesta de trabajo 14
 - 4.2 Comentario acerca del desarrollo de las entrevistas y observaciones 16
 - 4.3 Relevamiento de la información 18

PRIMERA PARTE

LOS ENTORNOS

- 1. Los diferentes entornos 20**
 - 1.1 Objetivos 20
- 2. Entorno Nacional 20**
- 3. El entorno provincial 24**
 - 3.1 Perfil geográfico y productivo de la Provincia de Entre Ríos 28**
 - 3.1.A Presentación 28
 - 3.1.B Estructura Productiva 31
 - 3.1.C Principales Actividades 32
 - 3.1.D Otras Actividades o Actividades Alternativas 34
 - 3.2 Perfil Turístico de la Provincia de Entre Ríos 37**
 - 3.2.1 Aspecto institucional 37
 - 3.2.2 Aspectos funcionales 38
 - 3.2.2.A Caminos y Transporte Terrestre 38
 - 3.2.2.B Transporte Aéreo 42

- 3.2.2.C Transporte Ferroviario 42
- 3.2.2.D Localidades con presencia de atractivos turísticos 42
- 3.2.3 Atractivos Turísticos 45
- 3.2.4 La Oferta y la Demanda Turística Provincial 46

4. Conclusiones 48

SEGUNDA PARTE CHAJARI TURÍSTICO RESULTADO DEL TRABAJO DE CAMPO ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACION

1. Introducción 59

- 1.1 Objetivos 60

2. La Ciudad 60

- 2.1 Consideración histórica 60
- 2.2 Características generales 62
- 2.3 Aspectos económicos 64
- 2.4 Aspecto Social 66
- 2.5 Entorno Urbano 70

3. Desarrollo Turístico de la Ciudad 77

- 3.1 Introducción 77
- 3.2 Comentario acerca de la metodología 78
- 3.3 Marco conceptual y clasificación 79
- 3.4 El Turismo como actividad productiva de la ciudad 81
- 3.5 Identificación de la comunidad con la actividad turística 85

4. Sistema Turístico. Existencia y Conformación 93

4.1 Organización Administrativa de las Comisiones o Superestructura 93

4.2 Infraestructura Turística 95

- 4.2 A Red vial 95
- 4.2.B Señalización 96
- 4.2.C Señalización vial 96
- 4.2.D Señalización turística 96
- 4.2.E Servicios del automotor 97
- 4.2.F Terminal de ómnibus 97
- 4.2.G Aeropuertos 98
- 4.2.H Servicios de comunicaciones 99
- 4.2.I Sanidad 99
- 4.2.J Servicios a la Comunidad 99

- 4.2.1 Consideraciones acerca de la infraestructura turística 99

4.3 Planta Turística – Equipamiento 100

- 4.3.A Alojamiento 100
- 4.3.C Gastronomía 104

- 4.3.D Agencias de Viajes 106
- 4.3.E Equipamiento complementarios 108

- 4.3.1 Consideraciones sobre la Planta Turística 108
 - Consideraciones particulares 109
 - A. Para el alojamiento 109
 - B. Para la gastronomía 110
 - C. Para las agencias de viajes 110
- 4.3.2 Análisis F.O.D.A de la Planta Turística de la Ciudad 111

4.4 Atractivos Turísticos 112

- 4.4.A Cantidad, Clasificación y Localización de los Atractivos 113
- 4.4.B Jerarquización Atractivos Turísticos 113
- 4.4.C Análisis de los Atractivos Turísticos 114
- 4.4.D Lago de Salto Grande – Campings 115
- 4.4.E El campo 117
- 4.4.F Las Termas 117
- 4.4.G Flora y Fauna 118
- 4.4.H Atractivos Culturales 118
- 4.4.I Análisis evaluativo 120
- 4.4.J Criterios de evaluación 120
- 4.4.K Evaluación 123

- 4.4.1 Consideraciones respecto a los atractivos turísticos 123
 - A. Fuerzas y Debilidades de los atractivos 124

4.5 Productos turísticos 125

- 4.5.A Camping y Playa 126
- 4.5.B Termas 127
- 4.5.C Estancias 127
- 4.5.D Carnavales y Eventos 129
 - 4.5.1 Comunicación y promoción de servicios 130

5. La actividad termal o termalismo 131

- 5.1. Breve historia del agua, su función social y antecedentes históricos del baño termal 132
- 5.2. El termalismo en su faz científica y técnica 135
- 5.3. La captación 137
- 5.4. El agua Termal: tipo de recurso 138
- 5.5. Los centros termales 141
- 5.6. Parque Termal de Chajarí 143
- 5.7. Explotación Turística 144
- 5.8. Tarifas 149
- 5.9. Combinación con otros productos 149
- 5.10. La temporada 150
- 5.11. La competencia 150
- 5.12. Fortalezas y debilidades 151

6. Termoludismo y Turismo Salud 153

7. Medio ambiente: El Acuífero Guaraní 154

**TERCER PARTE
CONCLUSIONES
REALIDADES, ACCIONES Y LOGROS**

- 1. REALIDADES 157**
- 2. ACCIONES 163**
- 3. LOGROS 179**

ANEXOS

- 1. Guías de observación 184**
- 2. Temas de entrevistas 185**
- 3. Guía de preguntas para entrevistas 186**
- 4. Le Corbusier 187**
- 5. Plan Estratégico de Federación 188**

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía General 190



1 Introducción.

En la búsqueda por mejorar las economías regionales, afectadas por la actual crisis económica de la República Argentina, las ciudades del interior del país procuran encontrar en sus propios recursos la forma de diversificar sus actividades.

Estos recursos en su gran mayoría naturales, requieren a su vez de cierta infraestructura para ser explotados y brindar así verdaderos beneficios.

Los cambios que produce la tecnología han llevado a resignificar la importancia que tiene la actividad turística como una alternativa para la diversificación de la economía general.

En este sentido los gobiernos locales ya han advertido esa importancia y han comenzado a desarrollar una amplia actividad en torno al turismo, lo que ha reportado verdaderos beneficios para sus regiones.

Esos beneficios se ven reflejados en mayor medida en las regiones geográficas que presentan una gran cantidad de atractivos naturales y que cuentan ya con una buena administración de servicios turísticos.

El alto grado de promoción que ha tenido el turismo desde la esfera estatal nacional en los últimos tiempos también ha influido en las gobernaciones locales que, haciendo eco de tales promociones, las trasladan a sus propias comunidades, con la consecuente generación de nuevas ideas y posibilidades en torno a esta actividad.

Los mejores beneficios se ubican en aquellas comunidades que han alcanzado algún grado de desarrollo en el incremento de la participación comunitaria local en cuanto a la planificación y en el proceso del desarrollo turístico.

Sin embargo, muchos gobiernos locales no cuentan todavía con una mínima experiencia en la actividad, sobre todo en lo que respecta a planificación, desarrollo y gestión del turismo.

Tampoco estas comunidades han indagado en temas básicos como los servicios en la hospitalidad, la calidad y el entrenamiento de su personal.

Pero lo que es más alarmante, en cierta forma, es que algunas comunidades han invertido mucho dinero en proyectos de la actividad turística sin efectuar los estudios previos que requieren tales inversiones, como ser:

estudios de mercado, estudios técnicos, estudios financieros, económicos y planes de ejecución.

Estas deficiencias en el manejo de los recursos han repercutido en mayor medida en las poblaciones locales, dado que muchas veces esos proyectos se encuentran sustentados con los aportes que la comunidad efectúa mediante el pago de las tasas municipales, comúnmente llamadas impuestos.

Esa situación ha traído aparejados conflictos ante el atraso de pago de los sueldos a empleados municipales, falta de mantenimiento de la infraestructura urbanística y, por consiguiente, la depreciación de la calidad de vida de la comunidad en general.

Este trabajo se ocupa de indagar este tipo de situaciones en una ciudad del norte entrerriano sobre la costa del Río Uruguay.

La Ciudad de Chajarí ha sido en este trabajo el objeto de estudio en su faz turística y en torno a ella se han desplegado acciones para indagar sobre los diferentes aspectos que presenta esta actividad dentro de la ciudad y su zona de incumbencia.

Por tal motivo, se definió un objetivo general y diversos objetivos particulares que giran alrededor del turismo y la ciudad, poniendo el acento en la forma que ésta tiene de afrontar diferentes emprendimientos turísticos, cómo organiza sus objetivos, qué acciones despliega, y cuáles son los resultados de tales acciones, observándose también qué necesidades cubren tales objetivos y que necesidades quedan sin satisfacer.

Se ha indagado también en las consecuencias directas de la actividad turística en la comunidad local y en la relación que se ha establecido entre ambas, teniendo en cuenta que el acervo cultural local se encuentra en el trabajo de la tierra.

Los aspectos socioeconómicos y culturales se han indagado aquí desplegando, en la primera parte del trabajo, un análisis de los entornos que rodean al panorama local.

El entorno nacional es informativo de tipo general y presentando solamente los aspectos más destacados que se reflejan en su consiguiente provincial, tal vez más específico y descriptivo en cuanto a la información, permitiendo valorar y hacer una introducción al conocimiento de la actividad

turística y dando lugar al desarrollo en particular de todo el esquema local, aquí planteado.

De manera tal que teniendo en cuenta la incidencia de ambos entornos se desarrolló el análisis de la ciudad de Chajarí en su faz turística, pero teniendo siempre presente el grado de incidencia que sobre ella poseen los factores políticos, económicos y sociales, tanto nacionales como provinciales.

Esta caracterización de ambos entornos ha permitido la contextualización del objeto de estudio y su tema:

La actividad turística actual de la ciudad Chajarí en la Provincia de Entre Ríos, sobre la base de la indagación de sus emprendimientos turísticos y la influencia que éstos tienen sobre la sociedad local para desarrollarse como una actividad complementaria.

Por tal motivo, este trabajo se efectúa con el objeto de conocer la actividad turística de la ciudad y a los fines de confeccionar un argumento teórico que permita explicar los diferentes aspectos que se van desplegando en ese accionar, detectando conflictos y señalando los aciertos logrados en el desarrollo de tal actividad.

En tal sentido, entonces, en la primera parte se definen cada uno de los entornos, poniendo el acento en el provincial más cerca del objeto de estudio, desarrollando su perfil geográfico, productivo y consecuentemente su perfil turístico.

Ambos entornos se integraron en las conclusiones de esta primera parte.

El desarrollo del análisis y evaluación de la información producto del trabajo de campo efectuado conforman la segunda parte de este trabajo.

Aquí se determinaron los objetivos particulares y se describió a la ciudad en sus aspectos generales, dando lugar al estudio de su actividad turística.

Este estudio se efectuó en base a la definición del sistema turístico que presenta la ciudad de Chajarí, teniendo en cuenta el marco conceptual que se ha adoptado en tal sentido.

Así, se describe sistemáticamente a la superestructura, infraestructura y planta turística indagados en su relación directa con la actividad que actualmente se está desplegando en la ciudad.

Se determinaron las fortalezas y debilidades de la misma, conjuntamente con el análisis del ambiente externo, identificando las oportunidades y amenazas que presenta dicha planta de servicios.

El paso siguiente es relevar cada uno de los atractivos turísticos que presenta la ciudad y su zona de influencia.

Se basó en la cantidad, clasificación y localización de los atractivos y esto dio lugar a un análisis evaluativo en el que se desarrollaron cada uno de los criterios que fueron aplicados.

Posteriormente se consideraron las fuerzas y debilidades que presentan estos recursos.

Los productos turísticos que Chajarí ofrece se han estudiado en base a la oferta que la ciudad plantea, incluyendo su forma de comunicación y promoción que se realiza en torno a ellos.

Uno de estos productos se desarrolló en particular, las termas, por cuanto se consideró oportuno efectuar un análisis más exhaustivo del mismo ya que hoy por hoy constituyen el punto fuerte de la oferta turística y por presentar determinadas características que hacen a su desarrollo y cuya explotación impacta sobre el medioambiente.

Se define la actividad termal entorno a los conceptos de Termoludismo y Turismo Salud.

Finaliza la segunda parte con la inclusión de un punto dedicado al medioambiente en la caracterización del Acuífero Guaraní, que es la reserva de agua que provee del recurso a las termas de litoral entrerriano.

La tercera y última parte intenta integrar cada uno de los análisis aquí efectuados en la definición de las conclusiones sobre la base de las realidades que se han indagado y que han servido de estudio para el presente trabajo, las acciones desplegadas y los logros, vistos como objetivos a cumplir y que este trabajo puede ofrecer como referente teórico para una futura planificación estratégica de la ciudad.

2. Objetivos.

Desarrollar un argumento teórico basado en el análisis de situaciones reales que permita explicar cómo la ciudad de Chajarí desarrolla acciones para generar emprendimientos turísticos, cumpliendo parcialmente sus objetivos y

propósitos, pese a advertir que a veces estos objetivos se superponen en la escala de necesidades que la propia ciudad posee, como consecuencia de la actual situación económico social que presenta la provincia y de la que dan cuenta los entornos nacional y provincial.

3. Antecedentes

En el marco de este Trabajo Final se han investigado los diferentes aspectos sobre la actividad turística de la Provincia de Entre Ríos que se registraron en los documentos del Consejo Federal de Inversiones para su Programa de Desarrollo Turístico de la Región NEA, Provincia de Entre Ríos, del año 2001, en los que se identificó la ausencia de registros respecto de la actividad turística de la ciudad de Chajarí y que significó un punto de partida para la elaboración del presente como una herramienta que registre la actividad turística local y que permita avanzar en su estudio y en la confección futura de una planificación estratégica para el turismo en la propia ciudad de Chajarí.

Asimismo, para cumplir con los objetivos que guiaron esta indagación acerca del manejo de los fondos municipales, se analizaron los trabajos, también del Consejo Federal de Inversiones, denominados “Inserción de los Municipios argentinos en el mercado de capitales” del año 2001.

Ante la ausencia de una base de datos en la propia ciudad de Chajarí, que diera cuenta de su actividad turística, se verificó la existencia del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Ambiental para la ciudad de Federación, Entre Ríos efectuado en marzo del año 2001, revistiendo por lo tanto el antecedente directo en la zona y conformando el único documento regional más cercano en cuanto al manejo de la información.

4. Diseño y Metodología

4.1 Propuesta de trabajo.

Dadas las características de este Trabajo Final para acceder a la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Turismo y Hospitalidad de la Universidad Abierta Interamericana, se ha intentado aquí seguir los lineamientos, en cuanto a métodos y técnicas de investigación aplicables al Turismo, propuestos desde la asignatura “La Investigación y sus métodos” .

El diseño y la metodología del presente trabajo están íntimamente vinculados con sus objetivos. El planteamiento del problema propone un conocimiento general de diferentes aspectos de la realidad turística de la provincia de Entre Ríos y, en particular, de la ciudad seleccionada como objeto de estudio: Chajarí.

Por ello, este trabajo ha abordado un Diseño Exploratorio Descriptivo utilizando una metodología cuanti-cualitativa para la recolección de información.

Se elaboró y analizó información para el tratamiento de los distintos temas, buscando una verdadera integración en los enfoques para asegurar la adecuada cobertura de información y puntos de vista.

El trabajo de campo se efectuó durante los meses de enero, abril y julio de este año en la Ciudad de Chajarí, Entre Ríos.

Una vez definido el tema y los objetivos, teniendo en cuenta el diseño y metodología adoptados, se seleccionaron los instrumentos de recolección de datos. Ellos fueron:

- Entrevista abierta o semidirigida
- Observación no sistematizada

Los actores sociales entrevistados fueron:

- Informantes claves
- Operadores turísticos

La observación se aplicó sobre:

- Aspectos urbanísticos de la ciudad de Chajarí
- Infraestructura turística
- Planta de servicios turísticos
- Atractivos turísticos

La finalidad de las entrevistas realizadas fue conocer, a través de la opinión de cada uno de los sujetos, los diferentes aspectos abordados de acuerdo con la definición de las variables seleccionadas para la confección de tales entrevistas.

Informantes claves

El propósito de estas entrevistas fue conocer, a través de múltiples puntos de vista, las características de la ciudad de Chajarí en su aspecto social: sus necesidades, reclamos y expectativas, así como la percepción acerca de las autoridades del municipio y el estado urbanístico de la ciudad. Además, estas entrevistas permitieron caracterizar y conocer su sistema turístico, funcionamiento y elementos que lo componen, sus necesidades, fortalezas y debilidades.

Operadores Turísticos

El objetivo de esta consulta fue conocer la existencia de diferentes productos turísticos con los que opera Chajarí. Asimismo conocer sus posibilidades turísticas en torno el proyecto termas, a fin de relacionarlas con otros recursos para su mejor aprovechamiento.

Oferta Turística

Para el estudio de la oferta turística de la ciudad se aplicó la metodología del inventario turístico de CICATUR/O.E.A., considerándose las siguientes categorías:

- Infraestructura
- Planta turística: existencia, características, funcionamiento
- Atractivos turísticos: características, tipología, ubicación, calidad, estado de conservación y puesta en valor.
- Productos turísticos: características

4.2 Comentario acerca del desarrollo de las entrevistas y observaciones.

Se realizaron un total de siete entrevistas durante los meses de Enero, Abril, Julio y Agosto de este año.

Todas fueron concertadas de antemano, previa presentación del entrevistador, explicación del motivo y propósito de la entrevista, evaluación del momento en que se realizarían y solicitando autorización para registrarla en una grabación.

También se concertaron de antemano los lugares en donde se efectuarían. Tres entrevistas se desarrollaron en los lugares propuestos por los entrevistados. Una de ellas tuvo lugar durante el transcurso de un recorrido en automóvil por diferentes zonas de la ciudad, situación que permitió efectuar simultáneamente la entrevista y una observación de los lugares visitados, completándose guías de observación realizadas a tal efecto. Las dos últimas, debido a un problema de horarios, se realizaron vía telefónica, lo que no impidió u obstaculizó los objetivos de las mismas.

El lenguaje utilizado fue coloquial y en un ámbito de cooperación por parte de los entrevistados, quienes se mostraron en todo momento interesados frente a los temas y preguntas abordados, proponiendo ellos mismos otros que no habían sido seleccionados durante el proyecto de las entrevistas.

Varios de esos temas debido a su contenido técnico o científico fueron triangulados con información secundaria extraída desde Internet o con información de otras entrevistas, lo que permitió constatar la confiabilidad de dicha información

Todas las entrevistas tuvieron una duración de no más de cincuenta minutos, excepto la que se realizó durante el recorrido por la ciudad la que, dadas sus características, se extendió por alrededor de dos horas.

Todas las preguntas realizadas fueron abiertas y respondieron a una guía previamente organizada por temas, pero dispuesta con un grado de flexibilidad que permitió, en la medida de lo posible, intercalar nuevas preguntas e ir incorporando nuevos temas dependiendo muchas veces de la información que se iba recibiendo.

Las transcripciones y/o grabaciones de cada una de ellas pueden ser facilitadas, encontrándose en los anexos de este trabajo las guías de temas y preguntas realizadas.

Las observaciones llevadas a cabo fueron del tipo no sistematizadas y a través de guías de observación previamente confeccionadas que respondieron a los objetivos del trabajo, y conforme a las unidades de análisis y variables seleccionadas y a que hace referencia el cuadro siguiente. Los modelos de guías utilizadas se encuentran en los anexos del presente trabajo.

4.3 RELEVAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

UNIDAD DE ANÁLISIS	TÉCNICA DE RECOLECCION DE DATOS	VARIABLES
La ciudad de Chajari	Entrevista semiestructurada a informantes claves	Características sociales. Necesidades. Reclamos de la población. Relación de la población con las autoridades. Sistema productivo. Necesidades. Fondos municipales de inversión vs. Provinciales. Inversión privada.
Desarrollo Turístico de la Ciudad	Entrevista semiestructurada a informantes claves	Sistema turístico, existencia y conformación. Turismo como actividad productiva de la ciudad. Organización Administrativa de las Comisiones Turísticas de la ciudad. Administración Turística de la Ciudad: Fortalezas identificadas, Amenazas identificadas, Obstáculos identificados, Debilidades identificadas. Identificación de la población con la actividad turística.
Infraestructura Turística de la Ciudad	Observación directa y entrevista con funcionarios de los organismos con competencia en el tema.	Transporte: tipo, frecuencia y recorridos. Redes: obras realizadas, estado actual, proyectos y estudio. Señalización. Servicios de Transportes y comunicación. Servicios a la comunidad.
Planta Turística de la ciudad	Observación directa y entrevista con prestadores de servicios	Categoría, tipo, subtipo, localización, características generales, capacidad, servicios, ocupación y tarifas. Inventario de establecimientos de hotelería y gastronomía. Periodos de inactividad. Estado de conservación. Dificultades y necesidades. Análisis. FODA. Operadores turísticos. Equipamiento complementario.
Atractivos Turísticos locales	Observación y entrevista semiestructurada. Ficha de inventario Turístico	Inventario de atractivos turísticos. Jerarquización. Calendario de celebraciones locales. Nombre, ubicación, distancia- tiempo, accesibilidad, Actividades. Limites a la explotación. Impacto actual y potencial.
Productos Turísticos	Entrevista semiestructurada Inventario de productos	Existencia. Clasificación. Condiciones actuales y potenciales. Fuerzas y Debilidades.
Termas Ciudad de Chajari	Entrevista semiestructurada a informantes claves	Antecedentes: Historia. Origen. Diferentes tipos de recursos termales. Tipos de Centros termales. Captación de los Recursos Termales. Protección de los recursos termales. Productos del recurso termal. Actividad termal en Chajari. Parque termal. Antecedentes: la inversión, la rentabilidad de los complejos termales, determinación del precio del servicio, combinación con otros productos: hotelería y gastronomía. Empleo en el complejo termal, su distribución, horarios salarios. Combinación del recurso termal con otro recurso turístico para su mejor aprovechamiento Promoción. El Medio ambiente y la actividad turística termal: El Acuífero Guaraní.

PRIMERA PARTE
LOS ENTORNOS

1. Los diferentes entornos

El siguiente **estado de situación nacional y provincial** en sus niveles político, económico y social está basado en el análisis de información realizado a partir de noticias de semanarios de actualidad, diarios, periódicos, semanarios electrónicos y revistas nacionales y provinciales como así también de documentos e informes previamente elaborados por el Consejo Federal de Inversiones, equipos técnicos del Ministerio de Economía de la Nación y del Gobierno de la Provincia de Entre Ríos, durante el período Julio – Agosto de 2002, Diciembre 2002 y Marzo – Julio de 2003 (ver Bibliografía).

El concepto entorno, refiere al ambiente o condiciones extrínsecas que acompaña y posee el objeto de estudio seleccionado en este trabajo que es la Ciudad de Chajarí en su aspecto Turístico. Debe entenderse entonces, como entorno físico o de situación ya sea político, económico o social en el cual se considera al objeto. Es este entorno el que ha permitido contextualizar el recorte de dicho objeto de estudio.

1.1 Objetivos: Los objetivos planteados para esta sección fueron los siguientes:

- Disponer de información para una caracterización general del entorno nacional y provincial.
- Efectuar un estado de situación, que permita la integración geográfica, política y socioeconómica de ambos entornos.
- Detectar necesidades y problemáticas de aplicación al objeto de estudio.

2. Entorno Nacional

La República Argentina se encuentra en crisis desde hace ya largos años.

Desde la llegada de la democracia en el año 1983 hasta la fecha ha enfrentado diferentes tipos de conflictos que parecen situarla en una encrucijada permanente.

El análisis de las diferentes situaciones ha llenado páginas completas de libros, informes y crónicas haciendo prever que el camino se encuentra ensombrecido, enmascarado o simplemente, que el mismo ya no existe.

La crisis en la política, la economía y la sociedad, revela que la evolución de la Argentina hacia la conformación de una Sociedad en la que la Ética social tenga como supuesto la Solidaridad de los miembros de la Comunidad se encuentra lejos de alcanzar.

La historia económica argentina es uno de los elementos conflictivos de la realidad nacional. Luego de la hiperinflación sufrida en el año 1989 la inflación se frenó en forma repentina en 1991, gracias a la sanción de la ley de convertibilidad.

Los problemas económicos son anteriores, pero llega un momento en que hacen crisis. Desde el punto de vista macroeconómico, la Convertibilidad nunca pudo superar sus desequilibrios estructurales: fuerte déficit comercial y déficit fiscal.

De este modo, se pasó a depender aún más de los capitales externos.

Tres fueron los ejes de las medida económicas intentadas: a) el déficit fiscal, b) la insolvencia externa y c) la recesión productiva. Antes de la adopción del nuevo plan económico (el "Plan de Convertibilidad"), la economía Argentina estaba caracterizada por un crecimiento bajo e inconstante, con tasas de inversión declinantes y alta inflación. A pesar de sus fortalezas, que incluían una base de recursos naturales y una alta tasa de alfabetismo, la economía argentina se debatió en una serie de planes económicos fracasados en los años 80. El Plan de Convertibilidad colocó la economía Argentina sobre un curso radicalmente diferente.

En los últimos años esta crisis provocó renuncias y cambios de las más altas autoridades de la Nación en un período breve de tiempo.

La crisis de gobierno comienza en el Senado de la Nación a comienzos del año 2001 llevando a la renuncia del vicepresidente al poco tiempo de haber asumido el gobierno el Presidente De la Rúa.

Se han generado revueltas sociales en todas las regiones del país caracterizados por cortes de rutas y movimientos militante de los desocupados denominados, piqueteros.

Se han desarrollado huelgas por empresa o gremios regionales que dan lugar a surgimientos de nuevos dirigentes dentro y fuera de la burocracia sindical.

La política estatal en lo social esta signada por la falta de respuestas desde el gobierno central a los grandes niveles de desocupación existentes.

Los sectores de la sociedad más empobrecidos han reclamado desde diferentes escenarios, sus demandas sociales y prioritariamente planes de empleo.

Los ciudadanos con sus familias representan la mayor fuerza social del país, quienes se ven permanentemente desviados, frenados y postrados, debiendo soportar verdaderos engaños de la clase dirigente y que ostenta un régimen que puede calificarse como decadente.

Esa fuerza social que es generadora de movimientos tanto pacíficos como violentos intenta inclinar la balanza política nacional, produciendo o intentando producir cambios en el país, como dan cuenta los hechos del mes de Diciembre del año 2001.

Al momento de la redacción de este informe, junio del año 2003, el nuevo presidente electo asume su funciones, abriéndose así una nueva etapa institucional para la República Argentina.

El análisis en profundidad de cada aspecto indicado en este entorno superan ampliamente los objetivos de este informe, motivo por el que han sido indicados como una forma de contextualizar el tema principal de este trabajo.

Formando parte el turismo de las actividades económicas desarrolladas en el país, se realizará a continuación un breve análisis de los sectores principales de la economía nacional.

La Agricultura: Tiene un sector agrícola adecuadamente diversificado y mecanizado que es beneficiado por un clima favorable y la riqueza de sus suelos. El país es autosuficiente virtualmente en todos los productos agrícolas, y es un exportador importante de granos, carne y aceites.

La Industria: Las políticas de sustitución de importaciones y de industrialización seguidas por los distintos gobiernos a lo largo de la mayor parte del período posterior a la Segunda Guerra Mundial, fomentaron el crecimiento del sector industrial, que ahora emplea aproximadamente al 20% de la población económicamente activa. Las políticas orientadas al mercado de los diferentes gobiernos han resultado en una desregulación de los mercados nacionales y han comprometido un aumento en la competitividad y una reestructuración del sector fabril. Los componentes más grandes del sector

industrial argentino son los alimentos y las bebidas, la refinación del petróleo, los químicos (incluyendo petroquímicos, plásticos y productos de carbón), maquinarias y equipo, y textiles.

La Construcción: El sector de la construcción se ha recuperado de la declinación experimentada después del período de hiperinflación y recesión que duró hasta 1990.

Minería, Petróleo y Producción de Gas: El sector de la minería, el petróleo y la producción de gas (2,4% del PBI en 1994 y 2,6% del PBI en 1995) está compuesto básicamente por la producción de petróleo, gas y producción y carbón. Argentina es el tercer productor más importante de gas y de petróleo en América Latina después de Venezuela y México, y tiene importantes reservas de gas en relación al consumo interno actual. Varias compañías, incluyendo YPF, están explorando los campos petrolíferos con vistas a aumentar las reservas de petróleo y están planificando desarrollar oportunidades en el mercado de exportación. Como parte de este plan, YPF comenzó operando una tubería de petróleo a Chile en Febrero de 1994. La Electricidad es producida primariamente desde fuentes hidroeléctricas, de gas, de carbón y de plantas nucleares. Argentina es un exportador neto de energía.

Servicios: El sector servicios participó del 56% del PBI en 1995. Después de crecer a un valor promedio anual de 7,6% desde 1990 a 1994 como resultado de la expansión de la economía local y el aumento de los niveles de importaciones, el comercio y los servicios gastronómicos y de hotelería cayeron el 8,4% en 1995 para participar del 15,8% del PBI.

El transporte: el sector de comunicaciones y de almacenaje participó del 5,1% del PBI en 1995. Argentina tiene el sistema ferroviario más grandes de América Latina, que al final del 1990 se extendía 35.745 km (22.211 millas). El sistema ferroviario está requiriendo inversiones adicionales. Se ha comenzado un programa de mantenimiento y de modernización del sistema nacional de carreteras mediante la inversión pública y mediante el otorgamiento de concesiones de peaje para autopistas (las concesiones requieren que operadores privados mantengan y mejoren tales caminos).¹

¹ Consultores Internacionales Asociados. Disponible desde: *URL:* <http://www.cinterac.com.ar/novedades.asp?l=e>

3. El entorno provincial

La realidad provincial no es diferente del panorama nacional esbozado anteriormente. Para su tratamiento se concentró la atención en casos concretos representativos de la situación que atraviesa el ámbito provincial.

Entre Ríos se halla dividida política y administrativamente en 17 departamentos, con sus respectivos municipios y unidades de gobiernos de menor jerarquía institucional. Estas unidades de gobierno difieren significativamente en cuanto a su dimensión y su capacidad institucional. Por un lado, está la ciudad capital que cuenta con un presupuesto importante y una alta capacidad de gestión institucional, administrativa y financiera. Por el otro lado, están aquellas pequeñas localidades organizadas como municipios, comunas o juntas de gobierno que mantienen similares características a la ciudad capital pero con una dotación de recursos menor, lo cual crea una problemática bien diferenciada que se refleja en la escasez de recursos para hacer frente a sus necesidades.

Este punto es de gran importancia para el análisis de fondo que se efectuará mas adelante cuando se trate de llenar el municipio de la Ciudad de Chajarí, objeto de estudio del presente trabajo.

Las actuales condiciones de trabajo incluyen la demora en el pago de salarios, el desempleo (la tasa de desocupación en la provincia para el año 2000 es del 19,8 %²) y los despidos masivos. Esto ha llevado a la creciente pauperización de vastos sectores de la población.

En palabras del gobernador Sr. Sergio Montiel, emitidas el 21/11/99 manifiesta la situación de esta forma: “Se vive en una provincia desbastada, con deudas de crecimiento en la que no funcionan prácticamente ninguno de sus servicios básicos”.

La función pública como vector del cambio y crecimiento no funciona. Ejemplo de ello es la ley de Presupuesto para el año 2003 que tardó seis meses en sancionarse lo cual provocó situaciones de desequilibrio en la legislatura, y cuyas normas han sido violentadas desde el mismo día de su publicación, sin mencionar las omisiones de las que adolece.

² Fuente: E.P.H. D.E.C. de E.R.

Sin embargo, la clase dirigente manifiesta optimismo al hablar de “cambiar el presente” y de emprender tareas para recomponer y reconstruir el Estado, para con ello poner fin al desorden y la decadencia de los últimos 20 años.

De acuerdo con información brindada por el Ministro de Economía de la Provincia acerca del estado financiero de Entre Ríos, el endeudamiento alcanza los 2.500 millones de pesos.

Ese endeudamiento se refleja notoriamente en el ciudadano común que es quien percibe con atrasos sus sueldos, en la falta de mejoras en la coparticipación nacional y en la falta de recaudación propia.

Las empresas representativas del Estado provincial poseen pasivos que ascienden a 30 millones de pesos, en el caso de LAER (LINEA AEREAS DE ENTRE RIOS) y 21 millones de pesos en el caso de IOSPER (Obra Social de la Provincia). Asimismo, el déficit de la Caja de Jubilaciones y Pensiones supera los 92 millones de pesos. En cuanto a la privatización de la Empresa Distribuidora de Electricidad de Entre Ríos Sociedad Anónima (EDEERSA), presenta irregularidades e incumplimientos de contratos con deudas que arriban a casi 80 millones de dólares.

Los discursos, las disputas y la reflexión se insertan en la misma línea que se pretende atacar: “hipocresía”, “oportunismo” son adjetivos que ilustran los propios discursos y análisis de la clase dirigente que propende el cambio del Estado. En ese marco, la Constitución Provincial es dejada de lado a pesar de ser “muy clara en todos sus artículos” o es forzada con fines electoralistas lo que equivale a “jugar con el estado de derecho, con la seguridad jurídica...” tal como lo manifiestan los representantes de la ciudadanía en la provincia de Entre Ríos.

La situación laboral provincial muestra su cara más visible en el sector docente, cuyo ciclo lectivo del corriente año se inicia en el mes de Junio de 2003, luego de concretarse el pago de los haberes adeudados.

En enero del presente año, otro sector laboral analizado, el Sindicato Obrero de la Fruta - Seccional Concordia, denunció las duras condiciones de trabajo a que son sometidos miles de adultos y niños en la zona: el trabajo en negro superaría el 40 por ciento, cobran 0,15 pesos por recolección y las jornadas superan las 12 horas diarias.

También el sector servicios vive situaciones laborales comprometidas. Los 122 trabajadores del Hotel Mayorazgo en Paraná se encuentran movilizados, al momento de realización de este informe (Julio 2003), por atrasos en el cobro de sus salarios y toda la institución presenta problemas de gestión.

A pesar de lo expuesto, en la actualidad se han dispuesto normativas que intentan recomponer la situación salarial. Es así como desde el Municipio de la Ciudad de Paraná, se ha anunciado para el mes de Julio de 2003 un aumento de salarios para los trabajadores municipales que ronda los 40 pesos.

Ante la ausencia de recursos y en la búsqueda de satisfacer las necesidades básicas, se producen movimientos migratorios que tienen como lugar de destino los grandes centros urbanos nacionales: Buenos Aires y los partidos del Gran Buenos Aires, que retenían en 1980 a prácticamente el 60 % de los entrerrianos que habían abandonado la provincia.

Las cifras estadísticas de la provincia demuestran que el medio rural no ha podido retener la mano de obra, sino que se ha comportado como expulsor de fuerza de trabajo hacia otros sectores de la economía.

El aspecto laboral se vincula directamente con la Acción Social del Gobierno Provincial que participa en el lanzamiento, en Julio de este año, del Plan de Alimentario Nacional (PAF), denominado "El hambre más urgente".

En lo que respecta a la Seguridad, es necesario contar con personal realmente capacitado para hacer frente a las necesidades en este aspecto. La Gendarmería con asiento en la Ciudad de Paraná ha ofrecido a colaborar con la policía provincial para combatir la inseguridad de la Provincia. Esta intervención requiere de la decisión política que la convalide, es decir que este punto debe ser resuelto por la conducción de la fuerza y el gobierno nacional.

A pesar de ello, se critica el aumento de la presencia de personal de seguridad en las calles, por no ser suficiente, por sí misma, para combatir lo que se percibe como una "criminalidad irracional". Por otro lado la población carcelaria desborda los distintos establecimientos penales al igual que en las cárceles policiales.

La seguridad provincial es analizada por los distintos actores sociales, los que reclaman más educación, más promoción en la persona, pero también leyes más rigurosas. Es decir intentar que "la respuesta al delito sea integral,

para no caer en el facilismo de socializar la culpa cargando las tintas sobre un sistema que empuja al ciudadano a la marginalidad y la exclusión.”

En cuanto al Sistema de Salud provincial, la ciudad de Concordia, segunda después de Paraná en lo que a cantidad de pobladores se refiere, espera hace meses la inauguración de su Hospital modelo “Delicia Concepción Masvernat”, que se encuentra listo y en condiciones de comenzar sus funciones. Las autoridades aún no han decidido ponerlo en funcionamiento.

Asimismo, el sector adolece de fallas presupuestarias, personal idóneo y direcciones coherentes a tal punto que durante el mes de abril de este año, la Secretaria de Salud de la Provincia, inició cincuenta y seis sumarios en hospitales, colonias siquiátricas y centros de salud de toda la provincia. Estas instrucciones sumarias se relacionan en su mayoría con accidentes de trabajos protagonizados por empleados de los hospitales San Martín y San Roque de Paraná. En ese orden de cosas, los empleados acusan a las autoridades de la provincia por los daños personales y económicos que se generan, debido a las condiciones precarias que sufre el sistema.

En lo relativo al sector Obras Públicas, es evidente la carencia de recursos para hacer frente a las necesidades de infraestructura de cada uno de los Municipios que conforman el escenario provincial.

Obras de tendido de red de gas natural, electricidad, cloacas y agua potable, se encuentran suspendidas o sin terminar.

Sin embargo, se despliegan acciones concretas, al llamar a licitación durante el mes de Julio de este año para la reparación de la Ruta Nacional 168 que une las capitales de Entre Ríos y Santa Fe. Cabe aclarar que esta es una obra del gobierno nacional con un presupuesto oficial de siete millones de pesos.

Como contrapartida de este accionar, en la ciudad de La Paz se ha denunciado el deterioro de las rutas nacional No. 12 y provincial No. 6 y la intransitabilidad de los puentes Quebracho, Guayquiraró y Paso Medina. La importancia de las obras viales que se reclaman es vital dado que son pasos obligados del tránsito del MERCOSUR que, al estar inutilizados, sumen en el aislamiento al centro norte entrerriano.

Es importante destacar que la producción agropecuaria provincial requiere como soporte decisivo una compleja infraestructura que posibilite los procesos de almacenamiento, transporte y transformación de la misma.

La longitud de la red vial provincial y secundaria comprende un total de 26.605 km, de los cuales solo el 5% está pavimentado. El resto son caminos de grava y de suelo natural.

Los caminos son transitables con regularidad y entre el 70 –80% de los mismos su estado es regular.

Desde el punto de vista del Medioambiente, Entre Ríos presenta algunos interrogantes.

La contaminación de napas de agua, como el caso de la localidad de María Grande, por el alto contenido de Salinidad de las Termas, ha provocado preocupación en las Cooperativas de agua potable de la zona. El Colegio de Ingenieros ha reclamado a la Secretaría de Turismo de la Provincia la realización de un estudio de impacto ambiental de las instalaciones termales.

Según las fuentes consultadas, aún no se ha obtenido respuesta.

Por otro lado, los efectos de la utilización de agroquímicos en las plantaciones de cítrus conjuntamente con los efectos provocados por el funcionamiento de la Represa de Salto Grande, ha llevado a efectuar reclamos desde el Hospital San José de la Ciudad de Federación, ante el incremento de casos cancerígenos y otras enfermedades.

En tal sentido se resolvió realizar un registro estadístico como una forma de establecer porcentajes de afecciones ya que no existen precisiones científicas que vinculen ambas situaciones.

El tratamiento de basura y su instalación en zonas de tierras inundables, es otro planteo a tener en cuenta en este aspecto.

Villa Paranacito enfrenta el problema de la importación de basura proveniente de la Provincia de Buenos Aires, tema que se encuentra pendiente desde la esfera gubernamental

3.1 Perfil geográfico y productivo de la Provincia de Entre Ríos

3.1.A Presentación

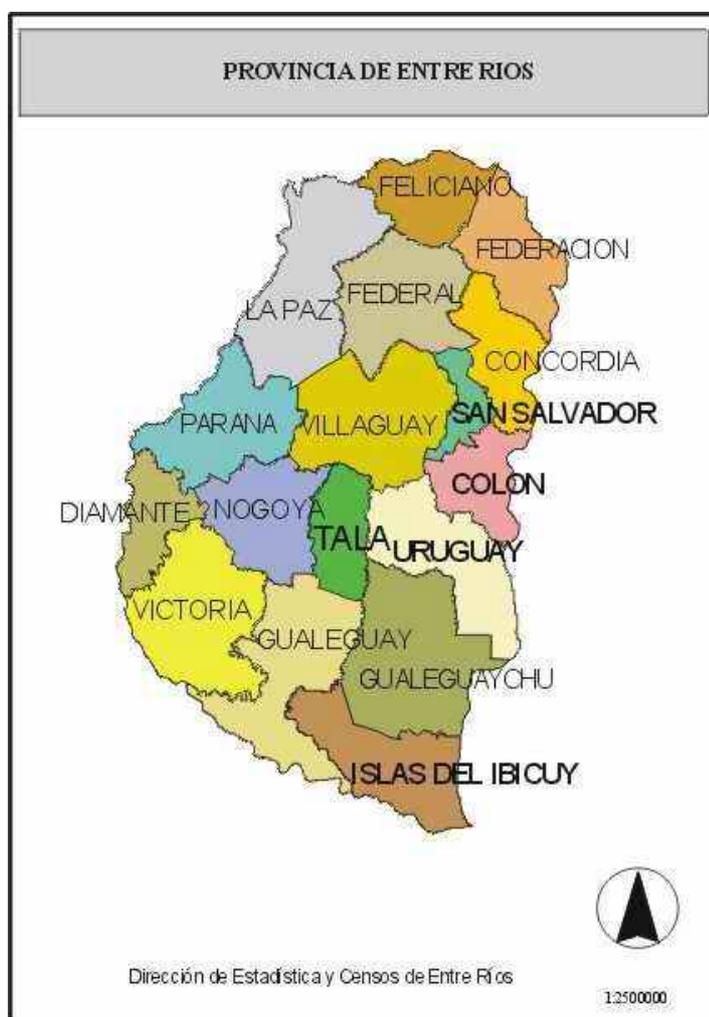
Entre Ríos está ubicada entre los 30° y 34° de Latitud sur y entre los 63° y 66° de Longitud oeste.

Cubre una extensión total de 78.781 Km², de los cuales 77% corresponde a tierra firme, 20% a islas, delta y pre-delta y un 3 % al agua de los ríos.

Tiene límite internacional y vinculación carretera con la República Oriental del Uruguay y nacional con las provincias de Santa Fe, Buenos y Corrientes. La frontera con países vecinos es de 432 Km. de longitud y con provincias vecinas de 914 Km.³

Físicamente se encuentra delimitada por dos importantes ríos: al oeste por el Paraná, que hacia el sur culmina en el Delta y al este por el río Uruguay, que conforma una frontera internacional con la República Oriental del Uruguay. Ambos confluyen en el Río de la Plata.

Imagen nro.: 1 – ver disco de imágenes



Posee una ubicación estratégica en el corazón del MERCOSUR.

³ Instituto Geográfico Militar. Direc. De Estadísticas y Censos de Entre Ríos

Por la provincia pasa el corredor bioceánico que une Chile, Argentina, Uruguay, y el sur de Brasil, la hidrovía Paraná-Paraguay, además de importantes conexiones viales, ferroviarias y portuarias que la comunican con los grandes centros de consumo de la región y del mundo.

Distancia de la Capital Provincial con los principales centros del MERCOSUR	KM
Buenos aires	466
Montevideo (Uruguay)	639
Asunción (Paraguay)	926
San Pablo (Brasil)	2250
Santiago de Chile (Chile)	1314

Fuente: Sec. De Estado de la Producción E.R. – Elaboración Propia

Existen dos grandes regiones climáticas, una al norte que corresponde al clima subtropical sin estación seca (parte de los Departamentos de Feliciano, La Paz, Federación y Concordia) y otra que comprende al resto de la provincia con clima templado pampeano o húmedo de llanura.

Las estaciones lluviosas se dan en el otoño (30,7%) y el verano (29,4%). Las estaciones con menores precipitaciones son el invierno (15%) y la primavera (25%). (Fuente INTA).

Los datos respecto a temperaturas y precipitaciones se ha visto distorsionados por la ocurrencia de los fenómenos denominados “del Niño” y posteriormente “de la Niña”, que generaron períodos más o menos alternados de sequía y gran pluviosidad. (Fuente: Obs. Meteor. INTA EEA Paraná)

A lo largo de los ríos Paraná y Uruguay, así como en el Delta, se despliegan bosques en galería (selva mixta); el centro sur de la provincia es una pradera herbácea pampeana con pastos parejos y verdes, aunque modificada por los cultivos intensos; en el centro y norte hay montes, en los cuales el ñandubay es característico, junto con talas, algarrobos y palmeras.

Los puertos son una vía estratégica para el transporte de la producción. Por orden de importancia los principales puertos provinciales son: Diamante, Concepción de Uruguay e Ibicuy. En los últimos años se han mejorado y modernizado para hacer frente a la multiplicación de los movimientos de productos de la región mesopotámica.

La actividad de estos puertos se ha ido modificando, cambiando el predominio de los embarques de madera por los de cereales. También se han modificado los destinos, orientándose en la actualidad a Brasil y África.

El único puerto sobre el Río Uruguay es el de Concepción del Uruguay, situado en el corredor del MERCOSUR, con acceso directo desde la Ruta Nacional 14 y a una red ferroviaria que abarca la Mesopotamia y los países limítrofes.

El puerto de aguas profunda es Ibicuy, ubicado en el extremo Sur de la provincia. Su amplio calado permite que las cargas pasen de los camiones, las barcazas o los vagones, directamente a los buques sin trasbordos.

Un conjunto de empresas asociadas han acordado activar el puerto de Piedras en el pueblo de Brugo. Actualmente se ven cargas por cintas en La Paz, Hernandarias, Piedras Blancas y Brugo.

El Censo Poblacional 2001 indica que el total de población provincial es de 1.113.438⁴ habitantes que significa un aumento del 13,2% respecto de 1991. Su densidad poblacional es de 14,1 h/km², superior al promedio nacional de 9,8h/Km².

POBLACION ESTIMADA			
	2000	2005	2010
Total Provincia	1.113.438	1.154.618	1.189.938
FUENTE: INDEC, estimaciones al 30 de junio de cada año.			

Como ya se ha indicado, el grueso de los movimientos migratorios provinciales tienen como destino los centros urbanos nacionales.

Existe un incremento sostenido de la población urbana y una paralela caída de la población rural. La urbanización se asienta fundamentalmente en cuatro centros: Paraná, Concordia, Galeguaychú y Concepción del Uruguay (Fuente: Censos Nacionales de Población)

3.1.B Estructura Productiva

La provincia muestra una estructura productiva compuesta fundamentalmente por actividades primarias y agroindustriales, las cuales

⁴ Censo Nacional de población, hogares y viviendas 2001, resultados provisorios a febrero de 2002

representan el 20,85% del PBI provincial⁵ (2,6 veces más que la participación a nivel nacional). Las actividades avícola, ganadera, cítrica y arroceras concentran una proporción significativa de la producción de bienes.

Entre las principales agroindustrias se destacan las plantas frigoríficas de aves y bovinos, los molinos arroceros, las manufacturas de maderas, jugos cítricos, los productos lácteos y la elaboración de alimentos para animales.

No obstante su decisivo peso en términos económicos, el sector agropecuario no constituye un elemento dinámico en la generación de empleos. La disminución de la población rural y la proporción de la PEA (Población Económicamente Activa) del sector muestra con claridad que el medio rural no ha podido retener la mano de obra.

Finalmente, el sector manufacturero procesador de materias primas agropecuarias reúne el 50% del total de establecimientos de la provincia y genera aproximadamente el 10% del PBI provincial.

3.1.C Principales Actividades

El siguiente cuadro ha sido realizado con el objeto de graficar las características de las actividades de la provincia.

Se destacan en él los puntos más sobresalientes de las consultas efectuadas en las fuentes suministradas por el Ministerio de Economía de la Nación y en la Secretaría de Estado de la Producción del Gobierno de Entre Ríos.

⁵ Promedio 1986-1995

Actividad	Característica Principales
Carnes	La producción del sector aviar ha demostrado una importante expansión en la última década, situando a la provincia como una de las principales productoras de carne aviar. En cuanto a la producción de carne bovina las estadísticas indican una reducción del 10 % desde 1995. En el año 1999 se produjo el cierre de uno de los frigoríficos más importantes (Santa Elena)
Cereales	Entre Ríos encabeza la producción de arroz (cáscara y molienda) a nivel nacional con una participación del 45% en el sector primario y un 77% en la molienda en el año 2000. Respecto de los restantes cereales trigo, maíz y soja, han tomado un creciente impulso en su producción
Cítricos	Los cítricos constituyen otra de las producciones relevantes de la provincia. Es importante tanto por su nivel tecnológico como por su elevada participación en la producción total del país, especialmente en mandarinas y naranjas; en ambos casos se destaca como la primera productora nacional. La producción en el año 2000 ascendió a 315.900 toneladas de naranjas y fines de 1996 Entre Ríos se había convertido en un fuerte exportador de mandarinas y naranjas
Forestal Maderero	Este sector fue el de mayor dinamismo en la última década. Se observa un auge de las exportaciones de rollizos de eucalipto y pino durante los últimos años. Entre Ríos ocupa el cuarto lugar en el país a superficie implantada y es el segundo productor de salicáceas y el tercero de eucalipto. Se industrializa la madera de pino y eucalipto, para producir aglomerados.
Lácteos	El tambo es una actividad en expansión y seguramente continuara esta tendencia en los próximos años, debido a que las condiciones naturales para esta explotación son muy favorables, el suelo de la provincia induce a una actividad ganadera y la estructura fundiaria define un tipo de actividad más intensiva. La producción lechera ocupa el cuarto lugar a nivel nacional después de Santa Fé, Córdoba y Buenos Aires, con un aporte de 3,5 al 4% sobre el total nacional.

Fuente: Secretaria de Estado de la Producción. Gov.E.R. – dic. 2001 – Elaboración Propia

Cabe agregar un comentario acerca de la actividad citrícola, dado que este tema será retomado al efectuar el análisis del perfil productivo de la ciudad de Chajarí.

La citricultura regional pasa por uno de sus momentos más difíciles.

Dificultades financieras, sanitarias, de mercado y de estructura determinan la necesidad de una revisión total en el sector.

Los problemas de índole financiera se deben a las elevadas tasas de interés del mercado, que imposibilitan el acceso al crédito y ponen en serias dificultades a quienes hicieron uso del mismo. A ello se suma que los plazos de pago de la fruta son cada vez más largos y afectan a toda la cadena de pago.

Conjuntamente con el problema financiero existen inconvenientes sanitarios representados por enfermedades virales que provocan merma en la producción y un deterioro paulatino de las plantaciones adultas.

Sumado a lo dicho, los precios del mercado internacional tienen una tendencia decreciente.

3.1.D Otras Actividades o Actividades Alternativas

Merecen mencionarse otras actividades que se desarrollan paralelamente a las ya indicadas, y que se originan como consecuencia de las múltiples características que presenta Entre Ríos, sean estas edafo-climáticas, comerciales, suelo, agro ecológicas o presencia de ríos internos y lagunas. Estas características muestran el amplio abanico de posibilidades de expansión que ofrece la provincia.

Es en este renglón de actividades complementarias o alternativas donde aparece el **Turismo** como actividad económica.

Las actividades alternativas son:

Frutales Alternativos⁶: todos aquellos no cítricos tales como: durazneros, ciruelos, manzanas, vid para mesa, arándano, higueras, kiwi, nuez pecán. Actualmente hay explotaciones dedicadas al cultivo de algunos de los frutales mencionados como actividad principal, y también muchos productores

⁶ Direcc. De horticultura y Cultivos alternativos

están visualizando esta actividad como una alternativa en la diversificación productiva.

Apicultura: Se desarrolla en todo el ámbito de la provincia. Entre Ríos tiene el 15% de la producción nacional de miel, ubicándose en el 3º lugar después de Buenos Aires, Santa Fé y conjuntamente con Córdoba y La Pampa⁷. Cabe aclarar aquí que Argentina ocupa el tercer lugar entre los principales países productores de miel para el cálculo efectuado en el año 1999⁸

Horticultura⁹: La provincia de Entre Ríos ha tenido un escaso desarrollo en esta actividad de tipo intensiva. No obstante, este rubro ha cobrado importancia con la introducción de cultivos protegidos bajo cubierta (invernáculos) a fines de la década del '80 y principios del '90.

En la provincia existen más de 500 explotaciones hortícolas, dedicadas a los cultivos a cielo abierto y más 50ha. a cultivos bajo invernaderos.

Los cultivos a cielo a cielo abierto se destinan a: sandía, melón, zapallo, batata, choclo, lechuga, papa, acelga, zanahoria, repollo, cebolla de verdeo, espinaca, remolacha y perejil¹⁰. La producción de sandía es importante pues se cosechan anualmente alrededor de 450 has. (354 has. en el Departamento Concordia; 88 has. en el Departamento Federación y 6 has. en otros).

Algunas de estas explotaciones poseen simultáneamente cultivos en invernaderos, especialmente de tomate, pimiento, lechuga, melón, pepino, chaucha, apio y frutilla.

El productor ubicado en la zona de la costa del Río Uruguay (Colón, Concordia y Federación) posee un mayor nivel tecnológico que el de los Departamentos del Centro Norte. A ese productor se lo puede catalogar de bueno a muy bueno, debido a un contacto mayor con el gran mercado de Buenos Aires.

Los departamentos que han alcanzado mayor desarrollo de la horticultura son: Concordia, Paraná, Federación y Colón.

Pesca: En la provincia se realizan dos tipos de pesquerías

⁷ INTA CR ER – Plan Tecnológico Regional 2001-2003

⁸ FAO

⁹ Direc. Horticultura y cultivos alternativos. SEPG. INTA-CR ER.2001-2003

¹⁰ idem anterior

- **Artesanal** que se desarrolla en el río Paraná y río Uruguay
- **Industrial** que opera solamente en el río Uruguay, dedicada a la producción de harina y aceite de pescado, principalmente

La pesquería artesanal más importante para la Provincia es la que se realiza a lo largo del valle aluvial. Esta región se caracteriza por la presencia de numerosas lagunas permanentes, sobre la antigua planicie de inundación del río Paraná. Una de las características que presenta dicha región es la escasa conexión entre las lagunas en aguas ordinarias, mientras que en aguas altas quedan totalmente unidas.

La pesca se realiza sobre las poblaciones de sábalo, especialmente en el área del puerto de Victoria. Esta pesca es de tipo artesanal y los pescadores actúan allí de manera ocasional o permanente. Este sistema de producción es de bajo valor agregado del producto (pescado fresco o congelado) que se coloca en mercados de bajo poder adquisitivo.

Los principales asentamientos de pescadores se ubican en las proximidades de los centros urbanos, donde unos 500 pescadores artesanales desarrollan su actividad.

Es importante destacar aquí la influencia y relación que tiene esta actividad con la actividad turística provincial.

Turismo: La actividad turística está significativamente enmarcada por las características geográficas de la provincia.

Se hará aquí solamente una referencia sucinta a la misma, como una forma de completar el desarrollo de actividades económicas complementarias. El tema **Turismo** se retomará en el punto siguiente donde se describirá el perfil turístico provincial.

Entre Ríos se incorpora al mercado turístico recreacional por sus atractivos naturales: prueba de ello es que se ha posicionado en el mercado regional, nacional e internacional.

La cercanía y buena accesibilidad de estos atractivos naturales desde los principales mercados emisores, han sido los exponentes del desarrollo turístico provincial que aumenta su oferta turística a través de fiestas y eventos

nacionales, provinciales y municipales dirigidos a diversas edades y con diferentes temas de interés¹¹.

Las estancias, chacras y granjas aumentan el valor de los recursos naturales, suman aspectos culturales a la oferta y permiten desarrollar algunas áreas específicas como la culinaria, repostería y artesanías. Estas modalidades se ven favorecidas si se tiene en cuenta las diferentes actividades que despliega la provincia y que fueron comentadas anteriormente.

3.2 Perfil Turístico de la Provincia de Entre Ríos

Se ha considerado de significativa importancia completar la caracterización del entorno provincial describiendo el perfil de su actividad turística como otra de las actividades económicas que se realizan, y que permitirá a su vez contextualizar posteriormente el análisis de la Ciudad de Chajarí.

El presente informe está basado en el relevamiento de información efectuado en la Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos a través de su Sub Dirección de Turismo de la Provincia de Entre Ríos en Buenos Aires, también se han consultado otras importantes fuentes como los trabajos del Consejo Federal de Inversión para la Provincia de Entre Ríos y los datos que aporta la Dirección de Estadística y Censo del Gobierno de la Provincia de Entre Ríos.

3.2.1 Aspecto institucional

La actividad turística provincial se encuentra actualmente bajo la jurisdicción administrativa de la Subsecretaría de Turismo, con dependencia del Ministerio de Economía, Obras y Servicios Públicos. Tiene como Misión incentivar, fomentar, ordenar, desarrollar y comercializar el Turismo en Entre Ríos de acuerdo con las trascendentes posibilidades presentes y futuras que la provincia ofrece en esta materia.

Interviene en diferentes temas que hacen a la actividad turística provincial, tales como:

- Fijar los objetivos turísticos de la Provincia

¹¹ CFEL."Programa de Desarrollo Turístico Regional – Desarrollo Turístico de la Región NEA"
Documento XIV. "Provincia de Entre Ríos" 10.09.2001

- Infraestructura y equipamientos
- Restauración y acrecentamiento de los atractivos turísticos y las festividades y convenciones
- Estadísticas
- Servicio de información y asesoramiento
- Nexos con organismos públicos y privados del sector
- Establecimiento de líneas de créditos
- Promueve el desarrollo de pequeñas industrias y artesanías
- Fiscaliza y asegura el cumplimiento de la legislación respectiva
- Uso racional de los recursos naturales conjuntamente con la Administración de Parques Nacionales y otros organismos
- Campañas promocionales y/o publicitarias
- Capacitación de recursos humanos

A su vez, de la Subsecretaría de Turismo depende la Dirección General de Turismo que asiste en las funciones técnicas y administrativas del organismo, como así también en la coordinación de las relaciones institucionales con el sector oficial y privado afines a la actividad turística.

De esta Dirección dependen las Sub Direcciones de Servicios Turísticos; de Prensa y Difusión; de Planeamiento Turístico; de Promoción y Publicidad; y de Turismo en Buenos Aires.

3.2.2 Aspectos funcionales.

Se hará mención aquí a los componentes: transportes, comunicaciones y localidades provinciales con presencia de atractivos turísticos.

3.2.2.A Caminos y Transporte Terrestre

En el punto 3.1 se ha ubicado geográficamente a la Provincia de Entre Ríos. Esa ubicación y la característica casi insular que presenta ha requerido la construcción de grandes obras, que han permitido la comunicación de la Provincia con el resto del país.

De ello dan cuenta los siguientes pasos de comunicación:

Nombre	Longitud	Ubicación
Túnel Subfluvial Hernandarias	2.397 mts.	Río Paraná. Provincia de Entre Ríos – Provincia de Santa Fe (Paraná – Santa Fe)
Puente Internacional José Gervasio Artigas	2.400 mts.	Río Uruguay. Rca. Argentina – Rca. Oriental del Uruguay (Colón – Paysandú)
Puente Internacional José de San Martín	5.366 mts.	Río Uruguay. Rca. Argentina – Rca. Oriental del Uruguay (Puerto Unzue - Fray Bentos)
Complejo Ferro Vial Unión Nacional Zarate Brazo Largo	6,5 km. (longitud total)	Río Paraná. Provincia de Buenos Aires – Provincia de Entre Ríos
Represa y Puente de Salto Grande	39 mts. (lago embalse 78.300 hectáreas)	Río Uruguay. República Argentina – República Oriental del Uruguay (Concordia – Salto)
Puente Rosario Victoria	59,4 Km. (12,1 Km. puentes y viaductos, 47,3 Km. terraplenes) Puente principal 600 mts.	Río Parana. Provincia de Entre Ríos – Provincia de Santa Fe (Victoria . Rosario)

El sistema de Rutas de la provincia puede verse reflejado en el siguiente mapa vial.

Imagen nro.: 2 ver disco de imágenes



Fuente: Secretaria de Turismo de la Provincia de Entre Ríos
Elaboración Propia

El sistema se estructura a través de dos vías troncales: Ruta Nacional 12 y Ruta Nacional 14. Ambas se unen al sur de la provincia, en la localidad de Ceibas, vinculando a Entre Ríos a través del Complejo Ferro Vial Zárate Brazo Largo.

En este sector del camino ya se encuentra en funcionamiento el primer tramo de la Autopista Mesopotámica, obra que lleva adelante el Gobierno Nacional, del cual, por el momento, se encuentran habilitados 53 Km. que unen

el recorrido desde el Complejo hasta la Localidad de Ceibas. Se encuentra en construcción la segunda parte de la obra, proyectada para conectar esta Ceibas con la Ciudad de Gualeguaychú.

Esta obra mejora la accesibilidad desde el sur hacia las Rutas Nacionales 12/11 y 14.

Estas Rutas Nacionales están vinculadas con rutas de enlace y distribución, rutas 11/12, 39,18,127. La RN 127 está en ejecución, dentro del programa de Caminos de la Producción, su consolidación permitirá la vinculación del norte entrerriano, con Paso de los Libres en Corrientes y el Turismo desde Brasil. La vinculación regional mejorará con la ampliación del tramo Concordia, Paso de los Libres.

La Ruta Nacional 18 conecta transversalmente Paraná, Villaguay y Concordia; es un eje muy importante dentro del MERCOSUR, ya que relaciona las Rutas Nacionales 12 y 14. En la misma dirección transversal la Ruta Prov. 130, vincula Villaguay con Colón y desde allí el Puente Internacional que une con la R.O.U; el pavimento está en estado regular y su señalización es deficiente.

La información recogida indica que el estado de las rutas 14,11,12,18,130 y 6 es bueno y con infraestructura y equipamiento para el transporte de pasajeros en automóvil o en ómnibus. La señalización es adecuada.

La circulación sobre la RN 14 ha llegado a un grado límite principalmente porque el tránsito pesado es muy elevado con respecto a los valores normales, además existe gran disparidad en el tipo y tamaño de vehículos que circulan provocando graves problemas de seguridad.

Las características del turismo de recorrido vehicular y la desregularización del sistema de transporte, en todas sus modalidades, hacen que la comunicación por medio del transporte terrestre sea buena.

Un número importante de empresas de transporte interurbano comunican a la provincia con todo el país, Uruguay, Brasil y Paraguay con un interesante nivel de frecuencias diarias, frecuencia que aumenta en periodos de vacaciones y carnavales.

De estas empresas un 15% corresponden a compañías con servicios nacionales e internacionales con cabecera en Buenos Aires, el resto son provinciales y regionales.

3.2.2.B Transporte Aéreo

El transporte aéreo es el que representa mayores dificultades, que afecta, de alguna manera, su competitividad desde el punto de vista turístico.

Por vía aérea la provincia se comunica con Capital Federal únicamente por Líneas Aéreas de Entre Ríos (L.A.E.R.) que vuela únicamente a Concordia y Paraná. Además es posible volar con Austral Líneas Aéreas a Santa Fe, y desde allí cruzar a Paraná.

Al momento de la confección del presente informe la empresa L.A.E.R. tiene suspendidos los servicios.

Cabe destacar que en el Boletín Electrónico N° 162 (3.05.2003) de la Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina, adelantó que la empresa American Falcon iniciará operaciones en la ruta Buenos Aires con Paraná, luego de alcanzar un acuerdo con el Gobierno de la Provincia de Entre Ríos. Las operaciones –dice el informe- se iniciarán en el mes de junio, y los vuelos serán cubiertos por un Fokker F 28 que habría sido adquirido por el Gobierno entrerriano.

3.2.2.C Transporte Ferroviario

Desde el momento de la privatización de los servicios ferroviarios, se cancelaron las frecuencias del transporte de pasajeros. El ferrocarril paso a manos de la empresa Ferrocarril Mesopotámico General Urquiza S.A. que tienen a su cargo este servicio en todo la Mesopotamia Argentina y lo explota solamente como transporte de carga.

Existe un ramal que une Villa Elisa-Palacio San José que esta siendo explotado como tren turístico por el Ferro Club Central Entrerriano.

3.2.2.D Localidades con presencia de atractivos turísticos

Diversas localidades de la provincia desde el punto de vista turístico funcionan desde hace ya varios años. El nivel de desarrollo urbano de estas localidades no es homogéneo, sin embargo, por sus características, tipo de

atractivo y cercanía a grandes ciudades como Buenos Aires y Rosario, y también a ciudades de países limítrofes, les ha permitido ir incorporándose a la oferta del visitante de la provincia.

Básicamente la distribución urbana que desarrolla el presente informe se orienta a las localidades que se encuentran sobre las redes troncales nacionales 12 y 14, cada una sobre las márgenes de los ríos Paraná y Uruguay, presentando características naturales diferentes y diferentes grado de desarrollo turístico.

Sobre la Ruta Nacional 14 se localizan las ciudades de Gualeguaychú, Concepción del Uruguay, Colón, San José, Villa Elisa, Parque Nacional El Palmar, Concordia, Federación y Chajarí.

Las ciudades que recorre la RN 14 permiten disfrutar de las playas, el río y las actividades conexas. Actualmente se ven enriquecidas por la oferta termal en pleno desarrollo desde los últimos años. Este tema será tratado en extenso en la segunda parte del presente trabajo

En cada una de ellas encontramos variedad de centros recreativos, camping, clubes náuticos y zonas parqueadas, que realizan sus actividad en torno al Río Uruguay, aprovechando la presencia de costas y vegetación agreste, elementos que resultan atractivos para los turistas.

En la Ciudad de Gualeguaychú el carnaval ha trascendido los límites provinciales hasta alcanzar fama nacional e internacional. Es importante la cantidad de turistas que lo visitan anualmente los fines de semana de enero y febrero.

El interés histórico de la zona tiene su exponente más notable en el Palacio San José y la ciudad de Concepción de Uruguay en cuanto al espacio turístico que ellos conforman dentro de la categoría de Museos y manifestaciones culturales e históricas.

El Parque Nacional El Palmar complementa efectivamente, desde su creación en 1966, la oferta turística provincial.

Es uno de los sitios naturales más visitados.

Las aguas termales representan una significativa oferta de turismo que ha sido declarado de interés provincial.

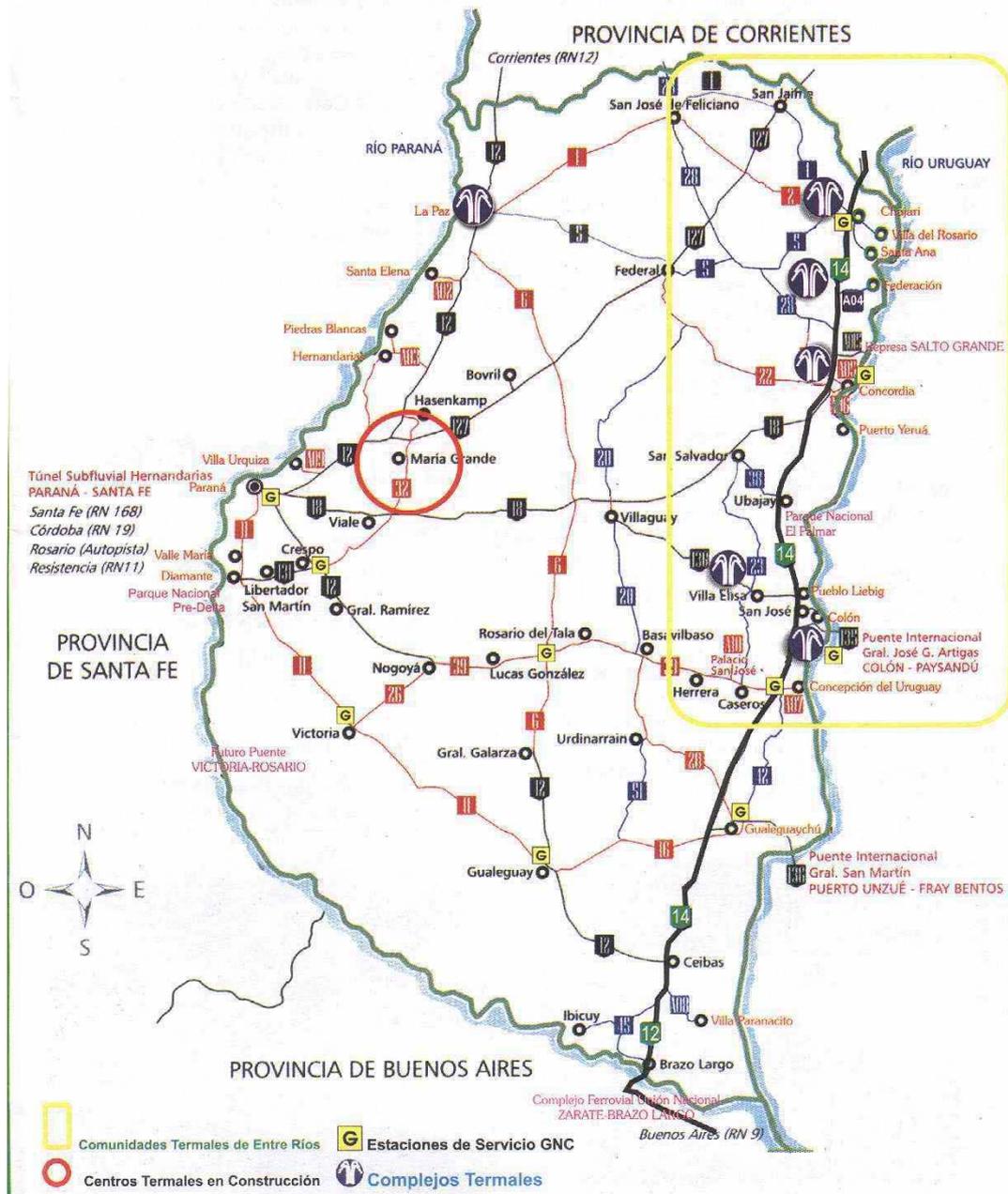
Este recurso ha sido detectado en las costas argentinas del Río Uruguay desde pocos años.

Los centros termales se encuentran ubicados en las localidades de: Chajarí, Federación, Concordia, Colón, Villa Elisa y La Paz de reciente inauguración (Julio 2003) y se encuentran en construcción otros ubicados en la localidad de María Grande y Gualeguaychú.

Imagen nro.: 3 ver disco de imágenes

ENTRE RÍOS TERMAL

Ubicación geográfica y principales centros termales



Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos
Elaboración Propia

Las ciudades que recorre la red troncal de la RN 12 Desde el Complejo Zarate Brazo Largo y desde la Ruta Nacional 11 y luego continuando por la Ruta Nacional 12 son: Parque Pre Delta, Diamante, Paraná, Villa Urquiza, Hernandarias, Piedras Blancas, Santa Elena y La Paz.

El documento del Consejo Federal de Inversiones al que ya se hizo referencia, indica que éstas ciudades entrerrianas tienen menos tradición turística y por ende menor desarrollo.

La categoría de atractivos de estas ciudades, son representados por naturaleza, paisaje sobre las barrancas frente al río, pesca y caza.

La ciudad de Paraná es la de mayor jerarquía, sin embargo –dice el documento del CFI- tiene poco y nada de turismo receptivo que se vincula principalmente a través de la actividad del Hotel Mayorazgo, su casino y salones de convenciones.

Es probable que la inauguración del Puente Victoria Rosario proponga una nueva dimensión en cuanto a la actividad turística sobre la margen del río Paraná acercando más visitantes a esta región de la provincia.

El Pre Delta en Diamante, es un parque con una propuesta interesante para su visita y apto para la realización de avistajes de aves, reconocimiento de flora y fauna.

La alternativa de la caza de la paloma en la ciudad de Diamante es otra posibilidad turística, su cacería está permitida al considerársela plaga y se encuentra muy difundida.

Hacia el norte la reciente inauguración del Centro Termal de La Paz y la construcción de otro emprendimiento en María Grande, representan nuevos desafíos de la actividad turística.

3.2.3 Atractivos Turísticos

El siguiente cuadro ejemplifica los principales atractivos turísticos de Entre Ríos que se han seleccionado para ilustrar el perfil turístico de la provincia.

La Pesca	En ambos ríos se encuentran los oferentes del servicio para atender este recurso. Recibe clientes de la Capital Federal y de la Provincia de Buenos Aires. Las piezas más buscadas son el Dorado, Surubí y el Pacu. Representa el negocio turístico más importante para la provincia y existen fiestas del Dorado que se realizan anualmente. La Pesca también se realiza anualmente. También se realizan en los distintos ríos menores que surcan la provincia. Muchas estancias turísticas ofrecen dentro de sus programas la alternativa de la pesca como actividad, en algunas lagunas o arroyos de su propiedad.
Termalismo	Se da principalmente a lo largo del Río Uruguay. Los resultados más exitosos los ha obtenido la Ciudad de Federación cuya explotación realiza desde el año 1994. El termalismo que se desarrolla en la actualidad, esta vinculado a la actividad recreativa. Y paso a paso se esta reorientando hacia el desarrollo del Turismo Salud.
Turismo Rural o Turismo de Estancia	Constituye un atractivo alternativo. Se observan importantes números de establecimientos de campo que han agregado a su explotación tradicional, la actividad turística. La Secretaría de Turismo provincial registra 28 establecimiento. Estos establecimientos aprovechando estructuras habitacionales existentes, generan una alternativa distinta en la actividad y en la oferta hotelera. En algunos de ellos se oferta la caza como alternativa de sus programas, además de las caminatas, cabalgatas o navegación de ríos interiores, arroyos y lagunas de su propiedad.
Turismo Aventura o ecoturismo	Se desarrolla tanto en el interior como en los Deltas del Paraná y en las costas del Río Uruguay. Entre Ríos cuenta con dos Parques nacionales así como 28 Reservas Naturales de las cuales 8 ya han sido oficialmente declaradas.

Fuente: Secretaria de Turismo de la Provincia – Elaboración propia

3.2.4 La Oferta y la Demanda Turística Provincial¹²

Entre Ríos tiene 2 hoteles de 5 estrellas. Uno está ubicado en la ciudad de Colón y el otro en la ciudad de Paraná. Este último, como ya se indicó al principio de este trabajo presenta problemas de gestión.

La provincia cuenta con 133 establecimientos hoteleros, con un total de 4.936 plazas.

La oferta hotelera sobre las ciudades ubicadas en el litoral del Río Uruguay representa el 70% de la oferta de alojamiento hotelero de la provincia.

Respecto de la oferta extrahotelera existe un total de 3.480 plazas. Muchas de estas plazas son utilizadas para turismo de negocios y por viajeros de los vecinos países.

También resulta interesante de destacar aquí la oferta de alojamiento de estancias.

¹² Los datos estadísticos corresponden al Documento XV – CFI Desarrollo Turístico de la Región NEA elaborados a partir de la fuente provista por la Dirección de Promoción y Desarrollo Turístico de Entre Ríos.

Como ya se ha expresado, Entre Ríos cuenta con 28 estancias trabajando en el negocio turístico.

Existen 178 plazas de alojamiento en estancias ubicadas del lado del Río Paraná y que se encuentran registradas en la Dirección de Turismo. Sobre el Río Uruguay existe menor cantidad, con un total de 72 plazas.

En total existen entonces 150 plazas en estancias turísticas y la actividad refleja un incremento significativo en el futuro cercano.

Los datos estadísticos facilitados para elaborar el presente informe, analizan la demanda por hotelería, por extrahotelería, por turismo de estancia, y por excursionistas. Cada uno en sus distintos porcentajes de participación en los montos de facturación que se obtienen.

Los facturación turística total para el año 2001, se ubica estimativamente en los 50 millones, correspondiendo un 62 % a la actividad turística del Corredor del Uruguay y un 38 % para el corredor del Paraná.

4. Conclusiones

Para concretar el primer objetivo de este informe - disponer de información para una caracterización general del entorno nacional y provincial- se ha recurrido a una muy variada información. La síntesis de la misma revela en primer termino dos situaciones bien diferenciadas: La situación real, el aquí y ahora del entorno nacional y provincial; y la posición teórica, relevantemente objetiva. Ambas situaciones a veces van de la mano, otras son francamente dispares.

El análisis de los diferentes entornos permite dejar establecido el contexto económico social en el cual se desarrollará la exposición de la segunda parte del presente trabajo, sin perder de vista que el tema principal es el Turismo en todas sus fases vinculado en este caso a una ciudad en particular.

Es importante dejar aclarado esto, para que los aspectos que se mencionan en esta primera parte, no queden carentes de sentido o desestructurados en cuanto a sus contenidos. Dichos aspectos se han analizados en tanto y en cuanto son causa y repercuten sobre la actividad turística.

El segundo objetivo hace mención al estado de situación.

Éste debe considerarse teniendo en cuenta la situación real de ambos entornos que están representados por la crisis institucional y social.

De la síntesis relatada se concluye que ambas son consecuencias de una misma causa.

Esta afirmación encuentra sustento en el hecho de que ambos entornos revelan un argumento que es eje del objeto de estudio que se indaga en este trabajo: la falta de proyecto.

Y frente a esa falta de proyecto se dan el resto de todas las situaciones planteadas.

Las sociedades se organizan, se establecen y determinan sus propios sistemas de leyes. De esa forma, deciden en última instancia que las cosas les vayan mejor o vayan peor. Esa determinación esta dada por el consenso, por la interacción social que se produce.

La debilidad que denotan ambos entornos es justamente la falta de organización alrededor de una idea, de un proyecto, de un saber qué se quiere hacer y cómo se desea vivir.

Y frente a ello, está el temor al cambio.

Los entornos presentados generan debilidades y no pueden hacer frente a las amenazas por el temor al cambio.

Por eso los cambios relatados en las posiciones más teóricas resultan superficiales.

El aumento de la producción, la baja de tasas de desempleo, los planes y subsidios para los sectores más carenciados de la población, los cambios en la administración pública -entre otros- no son más que una multiplicidad de modificaciones que en el fondo no modifican gran cosa.

Los cambios estructurales se encuentran pendientes.

Merece una consideración especial el aspecto económico nacional que necesariamente incide en su correlativo provincial.

Es real que existe una posición expectante por parte de la población ante el cambio de autoridades nacionales recientemente producido.

En ese marco, los temas que requieren importante atención desde la esfera gubernamental, son el empleo y la inversión.

Las estadísticas de empleo indican que el trabajo informal, el trabajo en negro es de aproximadamente un 47.0 % y existe un incremento del 131% desde 1990 al 2003¹³.

También, las tasas de interés se encuentran aún altas, por tal motivo es imposible tomar un crédito.

Para cumplir con los compromisos asumidos con los deudores extranjeros es necesario obtener los mejores acuerdos, para efectivizar tales compromisos, y establecer una forma de integración internacional que ayude a mantener un rumbo de crecimiento sostenido.

El crecimiento es un factor indispensable conjuntamente con una política de inversión que lo produzca.

¹³ Bermúdez I. Casi la mitad de los asalariados está trabajando en negro. El Clarín 2003 Julio 3; Sect. Economía

Esa política de inversiones necesita estar solidamente apoyada por condiciones de seguridad jurídica, previsibilidad y programas económicos consistentes para lograr atraer a esas inversiones.

El factor empleo debe ser consecuencia de la producción de servicios, el comercio, la industria, el turismo, entre otros.

Para que ese factor sea cubierto, la inversión debe comenzar a instalarse en el seno de la política argentina.

El crédito y la inversión son dos debilidades que se deducen del análisis de ambos entornos.

Debido a que los tiempos políticos y los ritmos económicos son diferentes, los cambios deben concebirse como una oportunidad para modificar cuestiones coyunturales, y por ello pero deben darse inmediatamente.

El desarrollo de planes de ayuda a los mas carenciados pueden establecerse como una debilidad y una amenaza al mismo tiempo, ya que reproducen una suerte de asistencialismo y no de una oportunidad para el cambio. De ahí que los índices de desocupación en los últimos meses (Junio / julio 2003) hayan descendido en cierta medida.

El empleo de verdad es aquel que surge de la inversión, y esta última sí es una verdadera oportunidad.

En los entornos analizados está considerada como uno de los factores que más incidencia tiene para el objeto de este trabajo: INVERSIÓN = TURISMO = EMPLEO.

Ya se ha indicado la necesidad de implementar un proyecto político que contenga uno económico y que permita el crecimiento.

El proyecto político debe comprenderse aquí, orientado a saber exactamente qué rumbo seguir; qué medidas tomar; qué país, que provincia quiere tener su propia gente.

Pero ese proyecto debe ser el proyecto de toda la sociedad.

“Decía Séneca que, “para un navegante que no sabe a dónde quiere ir todos los vientos le resultan adversos”.

El entorno nacional debe entonces reencauzar su horizonte, para ello es necesario la participación de todos los sectores en pos de un proyecto común”¹⁴.

El entorno provincial está presentado aquí de una manera más específica, más ilustrada que el entorno nacional. Posee menos de situación teórica y va abriendo camino hacia el tema central de este trabajo que es el desarrollo de la actividad turística de una ciudad en particular.

Y ha sido así considerado, teniendo en cuenta, que la actividad turística responde sensiblemente a la realidad.

Enseña Boullón que “El turismo no nació de una teoría, sino de una realidad que surgió espontáneamente, y se fue configurando a sí misma bajo el impacto de descubrimientos en otros campos, como, entre otras cosas el progreso de la navegación y el invento de ferrocarril, del automóvil y del avión...”¹⁵

Comenzar a indagar sobre el turismo entonces, es comenzar a indagar sobre la realidad, de ahí la necesidad de dejar establecidos en este informe, los diferentes entornos que contienen tanto los perfiles económicos y productivos, como los perfiles de la actividad turística.

Se describe y clasifica la situación real para analizarla. Esto permite encontrar en ella el conflicto, el problema.

De ahí la importancia de contextualizar.

Entre Ríos presenta los mismos síntomas que el país que lo contiene pese a su ubicación casi insular. No es una isla. Tiene los mismos obstáculos que su entorno nacional.

La falta de integración y proyecto es la debilidad que más se destaca en este sentido.

Sin embargo las fortalezas que presenta son significativamente relevantes en las diferentes actividades que se desarrollan.

Ello se deduce en la desagregación de las variadas actividades complementarias que existen.

Entre ellas está el turismo.

¹⁴ Marcos Aguinis – Escritor. Crisis Argentina. Revista La Nación, Julio 2003.

¹⁵ Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico – 3ª ed.- México: Trillas. 1997

No se ha considerado realizar aquí, un análisis en profundidad de las fortalezas y debilidades que presenta el entorno provincial, ya que tal análisis hubiera requerido un relevamiento de situaciones mucho más amplio del que se ha efectuado.

No obstante ello, se considera que el resultado obtenido permite comprender la situación real de dicho entorno.

Al centrar el análisis en aspectos institucionales, económicos, sociales y de medio ambiente; mediante la presentación de ejemplos concretos, se ha intentado presentar situaciones relevantes que responden a una necesidad (por ejemplo: cuestión social, medioambiente). Asimismo, se han ofrecido varios ejemplos para enfatizar el número de posibilidades y oportunidades (actividades productivas complementarias, obras viales, accesibilidad).

Entre Ríos resulta ser una de las provincia más pobres del país. De ello dan cuenta sus índices económicos.

Su desarrollo turístico actual solo puede mejorar en la medida que se desarrollen inversiones de carácter estructural, sean estas públicas o privadas.

Si la actividad del turismo provincial se dinamiza, esta se convertirá en una fortaleza, que ayude a justificar inversiones en infraestructura que hoy por hoy son prioritarias para el resto de la actividad económica.

El impulso de la actividad termal está representando al sector que más inversiones ha efectuado últimamente.

Al momento de la confección del presente informe se ha inaugurado un nuevo complejo termal en la Ciudad de La Paz, el que por sus características representa un verdadero y significativo esfuerzo para el desarrollo de la actividad.

La ubicación geográfica especial que tiene Entre Ríos en relación con el MERCOSUR, su identidad cultural, religiosa e histórica le abre, una importante integración en la actividad turística y sus negocios.

Se identifican dos circuitos y los siguientes atractivos turísticos: pesca, termalismo, turismo rural y turismo aventura.

Los dos circuitos más importantes son los que están establecidos a través del corredor del Río Uruguay y del Río Paraná. Ambos presentan características diferentes, tanto por el desarrollo urbano de sus ciudades como

por el tipo de atractivos con que cuentan, asimismo esto se traduce en el nivel de servicios que prestan.

El circuito del Uruguay se caracteriza por sol, playa, carnaval y en los últimos años el desarrollo de la actividad termal, que incorporada a la actividad turística ha acrecentado su oferta. El termalismo está intentando convertirse en Turismo de Salud.

El Parque Nacional El Palmar representa la imagen que más ha sido usada en los folletos turísticos municipales, provinciales y nacionales en sus campañas promocionales. Comprende una variedad de actividades como caminatas, avistaje de fauna y flora y un área de camping.

Debido a su ubicación a distancias relativamente cortas de grandes ciudades como Buenos Aires, Rosario, Santa Fe y Paraná, en algunas épocas, el parque recibe visitantes que exceden las posibilidades de su infraestructura.

Sobre el circuito del Paraná, encontramos un menor desarrollo hacia el sur. Se ofrece naturaleza, paisaje en las barrancas frente al río, carnaval en algunas ciudades, pesca y caza. Estos últimos presentados en este informe como verdaderos atractivos.

El turismo interno se realiza en niveles altos durante la semana santa, los fines de semana y durante el mes de julio. Una actividad menor se da durante el verano, en torno a los campings sobre el Río Uruguay.

La actividad se ve favorecida con productos como Ecoturismo, Turismo Aventura, Turismo de Estancias, la Caza y la Pesca que a su vez se apoyan en fiestas y eventos, nacionales y provinciales.

La Provincia tienen cuatro puntos de entradas por su cercanía a las principales ciudades del país como lo son Buenos Aires y Rosario. Se desarrollan a través de las obras viales que han permitido la verdadera comunicación y desarrollo económico de la provincia.

La comunicación hacia el norte con el resto de la mesopotamia se da a través de sus redes troncales 12 y 14.

Cabe hacer una aclaración respecto a la Ruta Nacional 14.

En los documentos consultados y que conforman los antecedentes del presente trabajo, sobre todo el que corresponde al "Desarrollo Turístico de la Región NEA Provincia de Entre Ríos" (CFI), se hace una permanente mención a los Corredores Turísticos del Río Uruguay y Río Paraná.

En este trabajo no se ha identificado en tal sentido a la Ruta Nacional 14 como representativa de un verdadero corredor turístico, ya que si bien constituyen una red de carreteras por la que se desplazan flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios, dicha circunstancia no alcanza para categorizarla como un verdadero corredor turístico, sobre todo cuando se carece, como es el caso, de otras posibilidades de elección, de otras vías, para ir de un lugar a otro.

En sentido transversal la región cuenta con un buen sistema vial, que permite la integración entre las costas del Paraná y el Uruguay.

Algunas de las rutas interiores reflejan regular estado de conservación, y representan una debilidad para el desarrollo de la actividad económica en general y particularmente para el turismo interno o regional.

Cabe agregar, que para el desarrollo de la actividad agropecuaria, principal actividad de la provincia, el estado de los caminos es de fundamental importancia, debido a que prioritariamente el traslado de la producción hacia los centros de comercialización y/o industrialización se realiza por transporte automotor¹⁶.

Asimismo, la suspensión del servicio de transporte aéreo, es otra de las debilidades para la actividad turística, y su reactivación las favorecería notablemente.

El tren ha dejado de funcionar como transporte de pasajeros, aunque se explota en algunas zonas como servicio turístico.

Esta modalidad en el servicio ferroviario representa un verdadera oportunidad para el sector si se desarrolla activamente un plan que ponga en funcionamiento zonas que ya cuentan con el tendido de la red de vías y poseen atractivos naturales para explotar turísticamente, tal es el caso de las ciudades de Chajarí, Santa Ana, Federación y Concordia.

Es importante destacar la relevancia que reviste para el sector turístico la problemática del transporte, no solamente para la provincia de Entre Ríos, sino para el país en su conjunto.

¹⁶ Gobierno de Entre Ríos, Secretaría de Estado de la Producción. Sistema Agroalimentario Provincia de Entre Ríos. Diciembre de 2001

Así lo demuestran los sucesivos informes que se han publicado desde la Federación de Cámaras de Turismo de la República Argentina.

En tal sentido, merecen mencionarse los esfuerzos por la realización de un Foro de discusión en materia de Transporte y Comunicaciones (Boletín nro. 165/09.05.2003); la necesidad de contar con Políticas de Estado que atiendan el “desastroso estado de nuestras rutas y caminos que en dos décadas han sufrido la falta de mantenimiento, ... La necesidad de romper el aislamiento de centenares de pueblos provocados por la desaparición compulsiva del ferrocarril...legislar sobre una política coherente del tráfico aerocomercial que permita que en un país tan extenso como la Argentina todas sus provincias y regiones puedan estar conectadas adecuadamente...” (Boletín nro. 166/14-05-2003); “Dejar planteadas la medidas que se están evaluando en el área transporte, cuyos ejes son: Logística, infraestructura e inversiones”. (Boletín N° 178/14-07-2003- Seminario “La integración de los Ferrocarriles Latinoamericanos” Jorge Montaña, Subsecretario de Transporte Ferroviario).

En esta materia FEDECATUR, ha dejado expresamente planteados en su Boletín N° 163/5-5-2003, los puntos que a su criterio la Argentina necesita en materia de transporte, ellos son:

- Rutas y caminos pavimentado
- Recuperación de los servicios ferroviarios
- Reingeniería de las rutas aéreas.

Esos tres puntos revelan una problemática que aún no ha sido abordada operativamente desde el órgano gubernamental.

Un accionar coordinado estratégicamente desde todas las áreas que conforman el sistema de transporte redundaría en el mejoramiento no solo del turismo interno en la Argentina, sino también en las necesidades del turismo extranjero que desea recorrer el país. Se verían beneficiadas las actividades económicas –comercio e industria- fundamentales para avanzar hacia un proyecto de país conforme a las necesidades actuales.

La presencia de puertos en ambos márgenes de los ríos Paraná y Uruguay, representarían verdaderas oportunidades si se concretaran actividades en torno al servicio de cruceros, aprovechando la infraestructura de tales puertos, y la recepción de navegantes en los mismos. Cabe recordar aquí que la provincia cuenta con tres puertos importantes, con administraciones

descentralizadas. Todos ellos de ultramar y con conexiones ferroviarias y viales hacia distintos puntos de la provincia y el país.

Es de interés municipal el aprovechamiento de tales puertos con destino turístico.

Los establecimientos de menor categoría, como las estancias, aportan un trato personalizado y casi familiar al visitante. Esto produce un significativo valor agregado y de interés al producto turístico de estancias.

En general existe un escaso aprovechamiento turístico de las múltiples opciones que tiene la provincia, manifiesta el CFI en los documentos comentados en este trabajo. Su desarrollo está vinculado a los esfuerzos locales que realizan los municipios.

Por este motivo, es necesario que se establezca un verdadero canal de intercambio de información y de políticas, entre los municipios y la actividad provincial, permitiendo aunar esfuerzos para el desarrollo de las actividades.

En tal sentido, los Municipios Termales ubicados sobre el Río Uruguay se han unido desde el año 1997 para complementarse y constituir un bloque denominado "Comunidades Termales", para ofrecer un producto turístico integrado. Se proponen cooperación y programación turística, solamente para el circuito del Río Uruguay.

El producto turístico provincial utiliza el slogan "Entre Ríos todos los verdes" para desarrollar su política de marketing, con independencia de los subproductos municipales que poseen cada uno su imagen y slogan en particular.

La mayor parte de las inversiones que se vienen realizando en el sector privado se dan como consecuencia del termalismo y es un esfuerzo compartido con los municipios del interior de la provincia.

La disposición de los recursos trae aparejada la cuestión del acceso de los Municipios al crédito, cuestión esta que se halla sometida a la normativa nacional y la política de créditos dispuestas por las diferentes entidades bancarias.

Muchos municipios de Entre Ríos se encuentran hoy seriamente endeudados a raíz de préstamos bancarios realizados sin su correspondiente proyecto de viabilidad, originados en falta de información clara y accesible respecto a las cuentas fiscales y la ausencia de mecanismos para realizar

proyectos en forma independiente de sus ingresos genuinos y por coparticipación¹⁷. Esta situación se ver reflejada en muchas inversiones del tipo turísticas.

Es verdad que a partir de fines del año 2001 existe una reactivación del turismo en todo el país, pero esa reactivación puede tener diferentes lecturas. “En la Argentina, el boom turístico obedece exclusivamente a la devaluación del peso y no a un política de Estado. Y este auge momentáneo no redundará necesariamente en un progreso permanente del sector. ...Resulta imprescindible diseñar estrategias a largo plazo, pero no un simple listado de acciones. Para crear un programa semejante, antes hay que investigar mercados tanto internos como externos y desarrollar productos para instalar en esos mercados ...Actualmente, no existe una política pública para desarrollar el turismo.”¹⁸

Para finalizar cabe agregar que la falta de un proyecto nacional revela la carencia de pensamiento estratégico.

Esta forma de pensar es necesaria para construir y poner en acción políticas públicas que permitan un cambio orientado al desarrollo de todas las actividades descriptas en los entornos que han contextualizado el argumento planteado.



¹⁷ CFI. Caldarelli Alejandro y Colaboradores. Inserción de los Municipios argentinos en el mercado de Capitales. Desarrollo de mecanismos de financiamientos privados a Municipios y Comunas de la República Argentina. Octubre 2001

¹⁸ Angeles Castro. Reclamo de sectores privados. Critican la falta de un plan estratégico para sostener el turismo. Adjudican el boom actual a la devaluación. La Nación. 2003 Marzo 25. Sec. Inf. Gral.

SEGUNDA PARTE
CHAJARI TURÍSTICO
RESULTADO DEL TRABAJO DE CAMPO
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACION

1. Introducción.

En esta segunda parte se analiza y desarrolla la información recolectada en el trabajo de campo realizado durante los meses de enero, abril y julio de este año en la Ciudad de Chajarí Entre Ríos.

Se presenta a la Ciudad de Chajarí como objeto de estudio en su faz dinámica, es decir lo que se ve de ella, aquello que la propia ciudad cuenta de sí misma. Su paisaje, su estructura urbana, sus sistemas de producción, su gente y su interacción social. Se presentan también las diferentes potencialidades y las necesidades manifiestamente expuestas y aquellas otras observables. Esto último considerado como una llamada de atención silenciosa para el relevamiento efectuado, en el sentido de que a veces la carencia de información relata a la observación atenta, el dato no explicitado.

El sistema turístico de la ciudad fue relevado teniendo en cuenta los recursos disponibles y se procuró la recolección de la mayor cantidad de información existente en la ciudad en medios oficiales y privados. Se relevó información cuantificada, pero se confirmó su falta de información a veces parcial otra veces total de datos significativos de la actividad turística, el más destacado es el relativo a la demanda en todos sus aspectos.

Es por eso que en lo relativo a los datos cuantificados, estos deben comprenderse como aproximados y sujetos a una tarea futura de relevamiento preciso con un mayor soporte de recursos y diferentes objetivos que los aquí utilizados.

La recolección de información aportó no solamente aquella información buscada sino que también fue permitiendo descubrir problemas. Estos no solamente identifican aquellas situaciones como negocios en crisis sino que a veces representan el concepto de que el futuro será muy parecido al presente. Todos estos problemas forman un *continuum* tal como indican Kotler, Haider y Rein en su obra *Mercadotecnia de Localidades*, sobre la que este trabajo efectuará referencias.

Así como el trabajo de campo revela los problemas de la ciudad y su gente, también revela sus bondades de lugar para vivir, es decir sus atributos de interés, sus alternativas, cómo la propia ciudad crea un ambiente de calidad para su gente.

En ese ambiente de calidad encontramos el desarrollo económico, la producción, las actividades, el Turismo.

Este ambiente de calidad, también revela el concepto de ciudad en la que se quiere vivir. Porque el desarrollo económico permite a la comunidad mejorar en su capacidad de crecer y desarrollarse en otros aspectos, como el educativo, social y cultural.

Es por eso que la actividad para recabar información ha sido compleja en relación a los recursos que se dispusieron para la confección de este trabajo.

Compleja pero no imposible, porque se confeccionó en un ámbito de apertura para su continuidad en futuros trabajos.

La información permitió conocer de la ciudad su fuerza principal, su fuerza menor, su debilidad menor y su principal debilidad. No todos estos atributos han sido considerados significativos para este trabajo, pero representan un punto de partida para esa apertura que se indicaba en el párrafo anterior.

1.1 Objetivos:

- Exponer el resultado del trabajo de campo
- Desarrollar el análisis y evaluación de la información
- Describir la ciudad, antecedentes históricos, económicos y sociales
- Conocer la existencia del Sistema Turístico de la Ciudad a través de la caracterización del mismo en relación a su planta de urbana, servicios, infraestructura, atractivos y oferta turística
- Efectuar una evaluación de la actividad en función del resto de las actividades económicas
- Reconocer las fortalezas y debilidades de cada uno de los componentes del sistema turístico de la ciudad en análisis
- Desarrollar el eje temático que propone el objetivo general del presente trabajo

2. La Ciudad

2.1 Consideración histórica

Chajarí tiene su misión establecida en cuanto a su historia:

“Rescatar, valorizar, cuidar nuestro patrimonio, mirar con respeto y orgullo los testimonios y valores del pasado chajariense, he ahí una tarea y un camino hacia el reconocimiento de nuestra identidad espiritual e histórica”

La “Villa Libertad” que se crea el 28 de mayo de 1872, es el resultado del llamado que efectúa el país a la inmigración europea en esa época, confeccionada en forma orgánica a través de leyes, y promoción de tierras loteadas y ofrecidas gratuitamente a 175 inmigrantes italianos con familias, que son traídos por la Comisaría General de Inmigración de la mano de Paolo Stampa y que provenían de las regiones italianas: Veneto, Lombardía, Trentino-Alto Adige y Friuli.

Los colonos, así se los denomina, se instalan en la Villa en el año 1876.

Las familias pueden gestionar su propio gobierno conforme con las normas legales vigentes, conformando una “Junta Administrativa” con el objeto de construir caminos, puentes y subdividir lotes urbanos en manzanas y solares.

Trece años más tarde se conforma el primer gobierno municipal. Cuarenta vecinos asumen la representación de los habitantes solicitando que la localidad sea considerada en la categoría de “villa” para posibilitar la creación de su Municipalidad. Ya contaban con los requisitos básicos: un número apreciable de habitantes en su territorio (más de 3000 habitantes en un área de cuatro leguas) y por sobre todo poseían capacidad económica.

Ordenada la creación Municipal se ofrecen los terrenos fiscales para la construcción de Oficina de Paz, comisaría, cárcel, cuartel, escuela y casa municipal y “colonizarlos”¹⁹.

Y ya entrado el siglo XX, en 1934 Villa Libertad cambia de nombre por el de su estación de ferrocarril, Chajarí²⁰.

Este nombre alude al topónimo zoogeográfico de origen guaraní que quiere decir “arroyo del chaja”²¹

Tierras, inmigración, familias, gobierno y ferrocarril, es el punta pie necesario para dar lugar a una ciudad de características definidas: la historia, el trabajo, la familia y su espiritualidad.

¹⁹ El entrecomillado pertenece a este trabajo.

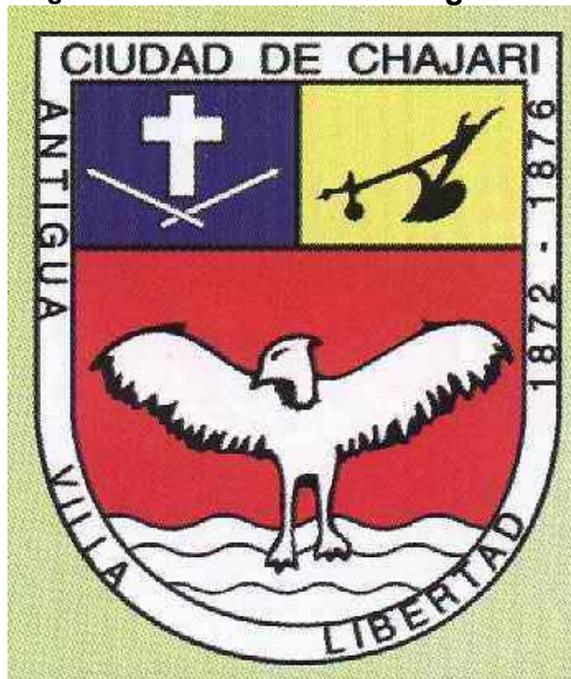
²⁰ La información histórica reseñada fue gentilmente cedida por la Oficina de Turismo de la Ciudad durante la tarea de campo. De la misma no surge la fuente original de tal información.

²¹ La guía local de Chajarí. Edición 2003/04. N° 2142

En tal sentido ha resultado de interés incluir en este informe una descripción del escudo de armas de la Municipalidad de la Ciudad que data del año 1972 y cuyos signos reflejan las tradiciones más significativas que se vienen desarrollando en esta reseña histórica.

El chaja, referencia al nombre de la ciudad; las lanzas indican la presencia del precedente humano más antiguo, el indio; la cruz recuerda a una capilla de la época colonial llamada Tuparaí; el arado a los colonos inmigrantes; la bordura rescata a Villa Libertad, y las fechas recuerdan la fundación y llegada de los primeros colonos²²

Imagen nro.: 4 ver disco de imágenes



Fuente: Municipalidad de Chajarí

2.2 Características generales.

Chajarí es la última ciudad del recorrido de la Ruta Nacional 14.

Está ubicada en el extremo noreste de la Provincia de Entre Ríos, próxima al límite con la Provincia de Corrientes y formando parte del Departamento Federación.

La ciudad se encuentra ubicada dentro de la denominada franja arenosa del río Uruguay.

Posee clima cálido y húmedo, con lluvias durante todo el año que superan los 1.200 mm anuales. Sus inviernos son moderados y heladas poco frecuentes. La temperatura promedio de noviembre a marzo oscila entre los 20°C y los 30°C y de abril a octubre en los 10°C y 17°C.

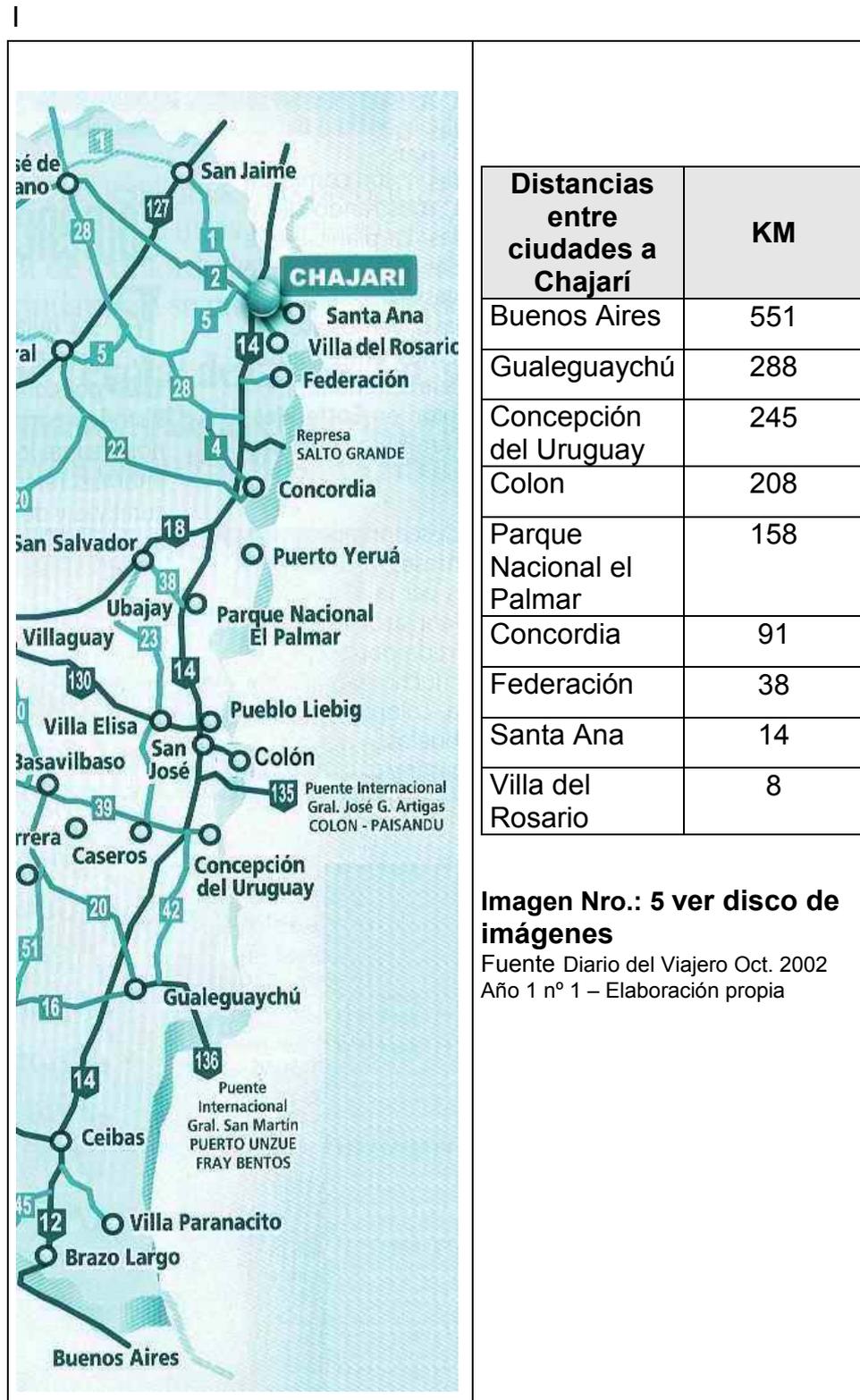
Cabe aclarar que a pesar de los datos promedios ofrecidos, durante el verano los días son muy calurosos a mediodía y en las primeras horas de la tarde, las noches son templadas, con temperaturas extremas que llegan a los 42°C (Datos estadísticos registrados en el período 1961/1990)

El régimen de vientos se caracteriza por una preponderancia de los del sector noroeste, siguiéndoles en frecuencia los del sector suroeste o

²² La guía local de Chajarí. Edición 2003/04. N° 2142

pampeano, que producen cambios climáticos y por último los del sudeste, que llegan acompañados de lluvias.

Chajarí se vincula con el resto de la Provincia a través de la RN 14, indicada, y vincula a las ciudades del corredor del Río Uruguay.



2.3 Aspectos económicos

Dice el informe de la Municipalidad de Chajarí al referirse a sus aspectos económicos:

“Por su ubicación geográfica dentro de Departamentos, y las características del aparato productivo, al analizar los aspectos económicos de Chajarí, consideramos su entorno y la influencia que éste tiene en la economía de la ciudad”

Como se dejó establecido en la primera parte de esta exposición, los suelos de la provincia presentan mayor evidencia de erosión hídrica, por lo que poseen mayor aptitud agroecológica y es en donde se asienta la producción agrícola y una importante porción de la ganadería provincial.

El departamento Federación al que pertenece Chajarí conforma una de las cinco zonas agroeconómicas de la provincia: Zona III Citrícola – Forestal: de suelos arenosos y arenosos rojizos dedicados a la citricultura. En esta zona también se cultiva arroz²³

La participación de Entre Ríos en la producción citrícola argentina es del 24% para el año 2000 (Fuente INTA Concordia 1999)

La superficie plantada con cítrus en la zona registró una importante disminución debido entre otros motivos a reemplazar cítrus por forestales.

En la región se planta mandarina y naranja.

La Producción Cítrica manifestó un continuo crecimiento hasta 1998, año en que fue afectada por las condiciones climáticas. En el año 2000 la producción manifestó una recuperación importante.

Naranjas y mandarinas se destinan principalmente a consumo interno en su mayor parte, una porción inferior para la industria y el resto a la importación.

Las firmas de la región que figuran como exportadoras de cítricos durante 1998 son las siguientes: Argencitrus S.A., Citrícola Chajarí S.A., COCICO, FAMA S.A., Citrícola Ayuí, Citrícola Salerno, NOBEL S.A., Albert Fisher S.A., ECA S.A., MACHA S.A.

²³ “Caracterización del Sector Agropecuario – Provincia de Entre Ríos” realizado en el marco del Proyecto PNUD ARG.85/019 – Gobierno de Entre Ríos. Sec. De Estado de la Producción. Sistema Agroalimentario. Diciembre 2001

Preocupa a los productores de fruta el comportamiento futuro del mercado de fruta fresca en lo relativo a la incertidumbre sobre los precios que se obtendrán.

Las formas de comercialización se van modificando. Cada vez hay más participación en la demanda de los supermercados que tienen un poder que les permite fijar un precio e imponer condiciones de comercialización. Los productores al contratar individualmente, cada vez tienen menor poder de negociación²⁴.

Respecto del PBG, si se discrimina por actividades agregadas, considerando las de la zona Citrícola Forestal, el 9,64% corresponde a la fruticultura.

Del total de exportaciones provinciales para el año 1999²⁵, los cítricos representan el 7.4 %, el arroz cáscara el 8.4% y el arroz procesado el 19.9%.

Entre Ríos es el primer productor de arroz del país con un aporte del 53,36% a la producción Nacional. Es un cultivo tradicional en la zona mesopotámica²⁶

La zona III antes indicada es responsable conjuntamente con la Provincia de Corrientes del 90% de la producción de arroz del país, constituyéndose en un pilar fundamental de sus economías de neta base agroindustrial.

En la zona de Chajarí se destinan 5.000 hectáreas a la plantación de arroz.

La explotación citrícola intensiva y la importante cantidad de mano de obra e insumos que utiliza representa el pilar de la estructura económica de la ciudad de Chajarí

Existen 835 explotaciones de 50 hectáreas y 396 de 100 hectáreas. De las casi 24.000 hectáreas destinadas a la producción citrícola, en su gran mayoría son tierras menores a 100 hectáreas.

²⁴ Información de INTA Concordia 1999

²⁵ Dirección General de comercio Exterior y Relaciones Económicas Internacionales. Año 2000 – Gobierno de Entre Ríos. SEP. SA. Diciembre 2001

²⁶ LA ECONOMIA ARROCERA ENTRERRIANA. Dirección de Agricultura y Suelos – Sec. De Agricultura de la Secretaria de la Producción

Esta partición de tierra determina que existen alrededor de 1.200 productores, siendo éste uno de los factores más importantes que dinamiza a la actividad económica principal.

La ganadería esta destinada a la cría de ganado bovina, además de ovinos equinos y porcinos.

Los requerimientos de la actividad citrícola en cuanto a envases, cajones y otros elementos de embalajes necesarios para el envío de fruta fresca al mercado, son satisfechos mediante la presencia de gran cantidad de aserraderos destinados a la construcción de cajones y embalajes.

Para ello se utiliza la madera del eucalipto saligna, con un total de 3000 hectáreas forestadas en el Departamento de Federación.

La actividad forestal representa otra actividad de menor desarrollo regional.

2.4 Aspecto Social²⁷

POBLACION POR DEPARTAMENTO				
	1991	1997	1999	2000
Total Provincia	1.020.257	1.087.274	1.104.836	1.113.438
Concordia	138.980	148.160	150.528	151.681
Federación	48.713	53.158	54.404	55.018
Paraná	276.160	307.460	316.662	321.233
FUENTE: CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDAS 1991- INDEC - PROYECCIONES PROPIAS - DEC				

De acuerdo a los datos de censo 1991, Chajarí cuenta con una población de 20.816 habitantes (10204 varones y 10612 mujeres) y 6176 viviendas.

Casi el 90% de la población cuenta con servicio de agua corriente y luz eléctrica, y un 60% con servicio de cloacas²⁸.

En cuanto a la educación, la población estudiantil se distribuye en 10 establecimientos de preprimaria, 10 de primaria, 6 de secundaria y 2 con cursos superiores.

²⁷ Datos del INDEC e Información suministrada por la Municipalidad de la Ciudad de Chajarí y Oficina de Turismo local.

²⁸ Información de la Municipalidad de Chajarí

El índice de Necesidades Básicas Insatisfechas por escolaridad es de 0,76% índice sensiblemente menor a la media provincial de casi el 2% del total de la población (Dato de la Municipalidad de la ciudad)

Algo más del 18% de la población posee una o varias de las características que se inscriben como Necesidades Básicas Insatisfechas. Este índice es similar al de la Provincia y demás localidades del Departamento.

Existen tres centros asistenciales, entre los que se encuentra un hospital provincial, doce farmacias y un Circulo Médico con más de cincuenta matriculados.

El Hospital refleja la situación provincial en materia de Salud. Se encuentra desprovisto, sobre todo, de medicamentos. La situación es caracterizada como grave, aunque la nueva ley nacional de medicamentos permite la fabricación de "genéricos", con el objeto de abaratar y hacerlos más accesible a los sectores más carenciados.

En el aspecto profesional existen el Colegio de Arquitectos con 12 matriculados, Comisión Notarial con 11 matriculados, Consejo de Profesionales de Ciencias de Económicas con 40 matriculados, Centro Odontológico con 21 matriculados, Colegio de Abogados con 37 matriculados, entre las profesiones con más actividad en la ciudad y su radio de influencia.

En el sector comercial y de servicios se registran 1.600 negocios que dependen en un alto porcentaje de la rentabilidad del sector primario y el industrial que es una actividad conexas a la citricultura.

La situación actual en relación a los índices de desocupación, es calificada de alarmante.

Se registró la localización de villas de emergencia, como consecuencia directa de la situación de crisis que se vive y la concentración en ellas de grupos de personas que llegan a la ciudad a trabajar temporariamente en la cosecha de la fruta. Pasado ese período pasan a formar parte de la población inactiva, como desocupados.

La seguridad fue planteada por los diferentes entrevistados como un aspecto que reclama una significativa atención y que debe traducirse en claras acciones para solucionar los conflictos.

Cada día se dan más casos de crímenes cometidos en barrios periféricos y zonas céntricas de la ciudad. Esto le ha borrado aquella imagen de tranquilidad que Chajarí poseía. Esa tranquilidad es histórica.

El aumento de la criminalidad viene de la mano de los altos índices de desocupación que se registran en todos los niveles. Esos índices elevan los porcentajes de marginalidad existente y la concentración de necesidades básicas no satisfechas.

Los nichos de pobreza generan delincuencia y se encuentran concentrados en barrios marginales o periféricos como el Barrio Tropezón, Barrio Guarumba, entre otros.

La información que surge del trabajo de campo traduce una unidad en los conceptos, en lo relativo a manifestar que la marginalidad y desocupación se encuentran en aumento.

Esa marginalidad y altos índices de pobreza se ven frecuentemente en la población de las cárceles, que se asemeja en muchos casos a situaciones similares en niveles provinciales y nacionales. “De doce presos” dice el informante “once son marginales”.

La raíz también puede encontrarse en la situación laboral, como se indicó anteriormente.

Muchas veces llega a la ciudad gente en la búsqueda de trabajo. Trabajo en la cosecha de fruta. Pueden llegar de provincias vecinas y hasta de Misiones. Esa gente no tiene lugar fijo en donde vivir, solamente llega buscando un trabajo temporario. El contrato de laboral no indaga sobre el origen de quien va emplear, de dónde viene, quién es, por qué está ahí. Simplemente se lo contrata, por un salario bajo o muy bajo e incluso se les ofrece un galpón en donde dormir. Terminado el periodo de cosecha, la reinserción de esa persona no se produce, generándose el círculo vicioso de la marginalidad.

No existe ninguna contención para este tipo de situaciones.

Y surgida la urgencia motivada por la criminalidad se atacan las consecuencias y no las causas.

Los índices de violencia y consecuentemente los de criminalidad, no solamente se registran entre los sectores de bajos recursos sino que también alcanzan al sector de clase media a través de los índices de consumo de

alcohol entre la población adolescentes, con las consecuencias y derivaciones que esta problemática trae aparejadas .

Durante el trabajo de campo se visito un sector del Barrio Chaco (Ver gráfico de la ciudad), ubicado sobre la zona noreste de la ciudad detrás del cementerio. La observación del lugar no relevó una villa de emergencia propiamente dicha al estilo de las villas que se dan en la Ciudad de Buenos Aires, pero dadas su precariedad bien pueden categorizarse dentro de ese rango. Algunas casas son de material, otras simplemente construidas con los “cachetes” de los troncos de eucaliptus que se forestan en la zona. Según el resultado de la información relevada, dichas casas se comunican entre si. Ésta situación resta de privacidad a los habitantes, al quedar en estrecha conexidad con sus propios vecinos. Esta es una situación nueva para este tipo de barrios, detectándose índices de criminalidad significativos en torno a este tipo de construcciones barriales. Esas casas no cuentan con red de agua potable, cloacas, tendido eléctrico, tampoco gas. Son casa con uno o dos ambientes, en los que conviven familias, por lo general numerosas. Se concentran en su mayoría en los barrios Chaco, Salto, Tropezón, Guarumba, Sacachispas o “el Chispa”. Son barrios marginales en los que, como ya se dijo, no llega la red cloacal y de agua potable. Poseen cunetas para el desagüe pluvial por los que a diario corre agua servida a poco menos de un metro o metro y medio de la línea de construcción de cada vivienda. No existen veredas y la calles son de tierra.

Los entrevistados preveen que el desarrollo de acciones concretas para atacar este problema debe provenir de la misma sociedad como comunidad en lo relativo a definir prioridades en tales acciones: Si la pobreza y marginalidad produce criminalidad, merece tanta o más atención que pavimentar las calles. El tema está en definir las prioridades. Esto se traduce en un debate comunitario que se encuentra pendiente.

“La cuestión social”, el entendimiento como comunidad, como unidad para la solución de conflictos que atañen al conjunto, se encuentra pendiente.

2.5 Entorno Urbano

La ciudad tiene una superficie total de 116 km², de los cuales 9,08 km² pertenecen a la planta urbana y 106.92 km² a su ejido²⁹

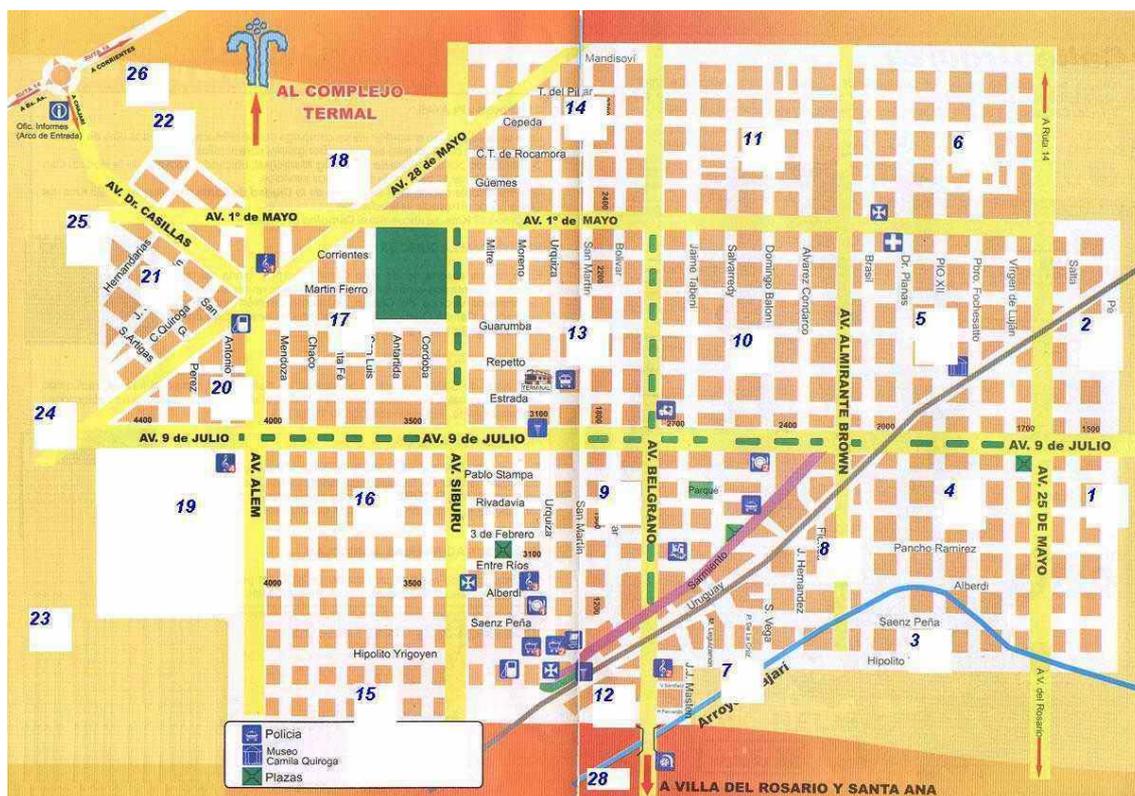
Chajarí no conserva el trazado tradicional que presentan las ciudades de provincia, es decir la plaza principal central, enfrente la repartición policial, la Municipalidad e Iglesia.

Si bien el trazado histórico del ejido urbano respondió a esa conformación al momento de crearse el municipio (1884) el solar donde se construyeron esos edificios públicos, actualmente es el que ocupa la Escuela N° 5 “Coronel Guarumba”, hacia el norte de la ciudad en el Barrio Santa Rosa (n° 4). Tanto el gobierno municipal, como la policía y la escuela de aquella época, dejaron de funcionar en ese edificio a raíz de la construcción de sus respectivas cedes en donde se encuentran actualmente en el Barrio Centro (n° 9).

El actual edificio municipal se inauguró a fines de 1901, y sobre los terrenos donados por un vecino del lugar. Otro vecino cedió el terreno adyacente para la plaza pública y un triángulo situado frente al edificio municipal. Sucesivas remodelaciones han cambiado la fisonomía del edificio. Su entorno también cambió. El jardín paso a ser plazoleta, se cerro el tramo de la calle 3 de Febrero (entonces Progreso) que pasaba por delante, se levantó el mástil y, finalmente, se diseñó la Plaza Urquiza, que contiene al edificio Municipal.

²⁹ Municipalidad de Chajarí

Imagen nro.: 6 ver disco de imágenes



Fuente: Guía turística de Federación y Chajarí. Enero/Marzo 2003 Año 1 n° 1 – Elaboración propia

El centro de la ciudad abarca aproximadamente un total de 21 calles que se encuentran entre el Barrio Centro y el Barrio Centenario (n° 9 y 8) comprendidas entre las Avenidas Nueve de Julio y Alem (zona sur), Avenidas Nueve de Julio y Sarmiento (zona norte), Avenida H. Irigoyen y Sarmiento (zona este), Av. Nueve de Julio y Av. Belgrano (zona oeste). El sector delimitado por esas arterias se encuentra pavimentado (aproximadamente un 15% del total de calles en relación a los barrios que posee la ciudad) con estructura de hormigón armado y con sectores de jardines entre las aceras y pavimento.

El resto de las arterias que conforman el trazado urbano son de mejorados de ripio, y en algunos casos de tierra.

Se considera que por la cantidad de habitantes es una de las ciudades con menor cantidad de cuadras pavimentadas.

El estado general de calles y servicio de mantenimiento puede calificársele como de regular a malo y representa una de las debilidades de la infraestructura urbana y uno de los problemas coyunturales que enfrenta el Municipio, conjuntamente con el estado de sus veredas aún en los radios céntricos de la ciudad.

Las calles pavimentadas, presentan baches, pozos y el desgaste propio del uso que revela la ausencia total de mantenimiento o mantenimiento abandonado y sin terminar.

Las calles de ripio dada su conformación necesita del permanente mantenimiento, a veces diario, según sea el caso, por motivos de lluvia o arreglos en la vía pública. Se utiliza una máquina retroexcavadora que es el permanente reclamo de los vecinos cuyos frentes dan a una calle “enripiada”, como comúnmente se denomina.

Durante la época de verano, es necesaria la utilización de camiones regadores, para evitar el polvo que levanta el propio ripio. La acción de estos camiones es de uso permanente.

La señalización de calles es escasa, pero se considera que está en relación al volumen de tráfico vial que presenta en general la ciudad.

Posee un sistema de semáforos en los núcleos de arterias más importantes y al momento de la realización del trabajo de campo se encontraban en perfecto estado de conservación.

La iluminación general de la ciudad se realiza a través de columnas con lámparas a gas de mercurio, las que presentan poco mantenimiento, ya que se observan varias columnas sin encender o titilando, incluso en pleno centro, dejando varias cuadras o hasta manzanas completas en penumbra.

La iluminación de la ciudad puede calificarse como pobre y escasa, llegando calificarse de nula en muchos barrios.

Chajarí se encuentra subdividida en 28 barrios (la numeración corresponde a la referencia en el plano de la ciudad).

Ellos son (de norte a sur):

1. Barrio Chaco
2. Barrio Sacachispas o El chispa
3. Barrio Salto
4. Barrio Santa Rosa

5. Barrio Tropezón
6. Barrio Parque (un grupo habitacional interno – 103 viviendas)
7. Barrio Velez Sarsfield
8. Barrio Centenario
9. Barrio Centro
10. Barrio Villa Alejandrina (Un grupo habitacional Interno – 33 Viviendas – Las leñas)
11. Barrio Pinar (Dos grupos habitacionales internos: Barrio 120 Viviendas, Barrio 100 viviendas)
12. Barrio Estación (Tres grupos habitacionales internos: Barrio 12 de Octubre, Barrio Sol, Barrio Retobo)
13. Barrio La Tablada
14. Barrio San José Obrero
15. Barrio El Naranjal
16. Barrio San Clemente
17. Barrio 1º de Mayo
18. Barrio Aero Club
19. Barrio Ex Sociedad Rural
20. Barrio Angelita Tagliapietra*
21. Barrio Coronel Guarumba
22. Barro San Isidro
23. Barrio Citrícola
24. Barrio Paso Chajarí
25. Barrio Tacuabé**
26. Barrio Tagüé
27. Barro Pancho Ramírez
28. Villa Anita

Algunos de ellos ya han sido nombrados por presentar diferentes características particulares para el desarrollo del presente trabajo.

* Hace referencia a la Partera más antigua de la zona.

** Ver ilustración de portada.

Muchos de estos barrios han sido producto del loteado de antiguos campos que fueron cedidos, al principio gratuitamente, a los primeros colonos, produciéndose con ello las primeras construcciones urbanas

Casi el 90% de las calles y sus trazados tienen un ancho normal y con árboles. Las Avenida Nueve de Julio, Belgrano y Siburú son del tipo avenida con boulevard con jardines y árboles. El pavimento de las mismas corre la misma suerte que el de las calles comunes en cuanto a su estado, el que se califica de regular a malo.

Las dos primeras avenidas nombradas en general presentan un estado bueno de conservación en cuanto al mantenimiento de jardines, especialmente la Avenida Belgrano con sectores para el descanso con bancos públicos.

La Avenida Siburú presenta un estado regular de conservación en cuanto a su boulevard, con presencia de pastizales que desbordan el nivel de la acera.

El tipo de árboles usado para la parquización urbana es mediano en la variedad de plátanos y jacarandas.

La arquitectura de la ciudad puede establecerse como conservada, de casa bajas, de una sola planta, o como máximo de un piso con jardines en el frente y terrenos al fondo de la misma, denominados patios. Existe dos conjuntos de viviendas en bloques, pero dada su escasa cantidad no son una características dentro de la tipología de viviendas.

La típica construcción hasta bien entrada la década de los años 70 eran grandes fachadas con puerta principal de dos alas y balcones a los costados. Este tipo de construcciones se conservan aún y en su mayor parte pertenecen a familias de larga residencia en la Ciudad.

Luego de los años 70 comenzaron las construcciones modernas, o "Chalet" con jardines y cocheras americanas al frente.

En el centro de la ciudad la arquitectura de sus casas va cambiando día a día. Las antiguas casas de grandes balcones, baldosas blancas y negras conviven con la arquitectura moderna que ha roto con la igualdad de los conceptos en la construcción familiar y propone diferentes tipos arquitectónicos.

Por lo general dentro del perímetro de calles pavimentadas conviven la construcción de lujo, de clase media y la construcción pobre.

Las construcciones más pobres o precarias se dan principalmente en las zonas periféricas de la ciudad.

Una característica observada en Chajarí es la presencia de calles con varias cuadras que presentan determinados rasgos arquitectónicos que hablan de una unidad y otorga un rasgo particular al entorno urbano. Esta característica podría ubicarse dentro de lo que el Arq. Bullón denomina “sectores³⁰”

En cuanto a la presencia de bordes y continuando con la clasificación que propone el autor indicado, encontramos que Chajarí se encuentra dividida por el trazado de la red vial del antiguo Ferrocarril General Urquiza. Este trazado aún divide a la ciudad en dos hacia el norte y sobre la Av. Nueve de Julio. En el sector norte se ubica el antiguo solar que albergó a la primera Municipalidad, Policía y Escuela. De ese antiguo trazado, solamente ha quedado allí la Iglesia Santa Rosa de Lima con la Plaza de igual nombre.

La ciudad también presenta suburbios y se encuentran instalados en las zonas perimetrales: sobre el norte el Barrio Sacachispas (nº2) y el Barrio Tropezón (nº 5), muy cerca del basural de la ciudad y sobre el este a orillas del Arroyo Chajarí, el barrio Chaco (nº 1), que fuera visitado durante los trabajos de relevamientos de datos.

Las costas del Río Uruguay, representadas por lo que luego de la Represa de Salto Grande se denominó el Lago de Salto Grande se encuentran a unos 15 kilómetros aproximadamente. Allí se ubican los balnearios y camping a los que este trabajo se referirá al momento de efectuar el desarrollo del sistema turístico de la ciudad.

La “costa” tiene dos vías de acceso: una por el este, la ruta Prov. 2 sobre el camino que continúa la Av. Belgrano, en dirección hacia el Municipio más próximo, Villa del Rosario y por el sureste, por el antiguo trazado de la Ruta Nacional 14.

Existen cuatro plazas que ocupan una manzana completa cada una de ellas y un parque de recreación con juegos infantiles. El estado de conservación es regular y la iluminación, jardines, veredas e instalaciones:

³⁰ Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. 3ª. Ed. México: Trillas, 1997

bancos de descanso, juegos, sanitarios y gabinetes de residuos, presentan signos evidentes de escaso mantenimiento.

En general y a la primera observación Chajarí puede calificarse como una ciudad pintoresca. Pero su paisaje urbano, entendido en este trabajo como “conjunto de elementos plásticos naturales y artificiales que componen la ciudad: colinas, ríos, edificios, calles, plazas, árboles, focos de luz, anuncios, semáforos, etc.³¹” refleja cierto descuido en el mantenimiento del estado general de sus calles, veredas, plazas y espacios abiertos. Esto revela que el plan mínimo de mantenimiento presenta deficiencias notables.

Es cierto que a nivel Municipal, en cuanto a inversiones en infraestructura, hay un reclamo permanente de la sociedad. Tal situación surge clara y espontáneamente de cada una de las entrevistas realizadas.

Los programas de obras que la ciudad requiere son de carácter urgente.

El extendido de la red cloacal, la red de agua potable y el mejoramiento de las calles son los exponentes de una situación que reclama respuesta por parte del ente municipal.

Expresiones tales como “esto es una desidia total” fueron registradas en las entrevistas para calificar el accionar del ente gubernamental, ante la carencia de soluciones en este aspecto.

Este aspecto bien puede vinculárselo con el del tema de la seguridad, ya que si bien la acción de gobierno pondrá en práctica la solución seleccionada para un determinado problema, dicha solución deberá ser el resultado de la acción comunitaria, del consenso.

Es escasa la participación ciudadana y debates públicos, orientados a que todos los sectores obtengan de esas soluciones un beneficio. Este es un rasgo que se encuentra ausente en la comunidad de Chajarí.

Un plan de obra de pavimentación no puede hacerse aislado, en beneficio del perímetro céntrico de la ciudad, ya que los barrios marginales, como el Retobo, el Guarumba o el Chispa que no tienen pavimento, que solamente poseen calles de tierra y que jamás tal vez recibirán un solo

³¹ Petroni y Keningsber, Diccionario de urbanismo. Casarini Hermano, Buenos Aires, en la obra de Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. 3ª. Ed. México: Trillas, 1997

visitante, también deberían verse beneficiados conjuntamente con aquel, con un plan de extendido de la red cloacal, la red de agua y la energía eléctrica.

La inexistencia de un plan estratégico para la comuna de Chajarí representa su falta de visión para perseguir un desarrollo sostenido en pos de objetivos claros.

Desde el punto de vista de infraestructura Chajarí presenta un atraso de treinta años. Ha crecido desmedidamente y con gobiernos municipales que no han estado a la altura de esa crecimiento.

Chajarí conjuntamente con la ciudad de Crespo eran consideradas las dos ciudades, en el país, que mayor ingreso tenían en una época.

Existió una gran expansión urbana y ante la necesidad habitacional fueron creándose nuevos barrios en su mayoría para personas y familias con un oficio determinado (plomeros, electricistas, gomeros, etc.).

Esta situación entre otras causas produjo un crecimiento desordenado de la ciudad, alejándola de un verdadero desarrollo producto de un plan de expansión urbana.

Los problemas que la comunidad revela, reflejan también diferentes puntos de vistas, diferentes visiones. Ello determina una imposibilidad de establecer en primer término diferentes niveles de necesidades y consecuentemente determinar las prioridades que la propia comunidad posee.

Pero ante la carencia de un concepto unificador de esos puntos de vistas, deviene el atraso representado en acciones políticas concretas que han sumido a la ciudad en un asentamiento urbano que todavía no ha podido sustraerse de su origen rural, con un crecimiento anárquico y desperejo.

3. Desarrollo Turístico de la Ciudad

3.1 Introducción

El análisis sobre el desarrollo turístico de la ciudad ha estado orientado fundamentalmente en cumplimentar el objetivo general y propósito de este trabajo.

Para ello se ha volcado el resultado de toda la tarea de campo efectuada en materia turística.

Se dejó expresado el marco conceptual en el que éste informe se encuentra inmerso y se realizó la clasificación de los conceptos que se utilizaron para llevar adelante dicho análisis.

Sin embargo, no debe interpretarse tal análisis como independiente de la actividad general de la ciudad, de su faz dinámica que ha sido desarrollada al comienzo de esta segunda parte. Se ha intentado integrar situaciones reales con los objetivos de este trabajo y cumplir con su propósito.

En ese sentido se desagregaron todos los componentes del sistema turístico de la ciudad, en relación al relevamiento efectuado en la tarea de campo, comprobando su existencia y desarrollo.

Se analizó su oferta turística, a través de su planta de servicio e infraestructura turística, clasificando sus atractivos turísticos y las actividades que tales atractivos proponen.

Se indicaron los productos turísticos existentes y los potenciales, se describieron los mismos verificando en ellos sus fortalezas y debilidades.

Se ha pretendido indicar o revelar el grado de participación e interés que la propia comunidad tiene con la actividad turística e ir perfilando así la tercera parte de este trabajo que permitió concretar el propósito del mismo.

3.2 Comentario acerca de la metodología.

Para cumplir con los objetivos se siguió la metodología que fuera detallada al comenzar este trabajo.

Cabe sin embargo recordar que:

- Durante el trabajo de campo se realizó un relevamiento in situ de los atractivos naturales y culturales de la ciudad y que se encuentran identificados por la Dirección de Turismo. Asimismo y de igual manera se efectuó el relevamiento de los establecimientos que componen la oferta turística. Durante estos relevamientos se observaron las características particulares de cada uno de los elementos en análisis.
- Se efectuó la consulta a fuentes secundarias: para relevar aquellos datos que excedieron las posibilidades que brinda la observación directa. Se procedió a la consulta de páginas de Internet, guías turísticas y trabajos técnicos.

- Se efectuaron entrevistas a informantes claves, lo que permitió conocer la situación de los atractivos, su grado de preservación, uso, problemáticas referidas al manejo de los mismos, la interacción con la comunidad local, y actividades que se realizan. Determinando fortalezas y debilidades que la propia comunidad detecta en el quehacer cotidiano de la ciudad en torno a ellos.
- Para el análisis de los atractivos se utilizó la metodología para el registro de la información del Inventario Turístico diseñado por CICATUR-OEA, pero modificado, adaptado a la propuesta del presente trabajo. Se vuelca toda la información respecto a cada uno de los mismos se los clasifica, analiza y describe. A partir de este análisis se realizan consideraciones finales, identificando sus fortalezas y debilidades.

3.3 Marco conceptual y clasificación

Resulta oportuno clarificar el marco conceptual en el que está basado el desarrollo turístico de la ciudad, a los efectos de comprender las características y potencialidades de los factores analizados. Para ello se ha seguido la conceptualización y clasificación del Sistema Turístico que se propone en las obras de Roberto C. Boullón, “Planificación del Espacio Turístico” y “Los Municipios Turísticos”.

La conceptualización es la siguiente:

Sistema Turístico: Se encuentra representado según el modelo oferta demanda, originado en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector. La superestructura turística forma parte del sistema controlando la eficiencia del mismo y vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes.

Patrimonio Turístico: Se determina a partir de la integración de cuatro componentes: a) Atractivos turístico. b) Planta turística. C) Infraestructura. D) Superestructura Turística.

Atractivos Turísticos: Son la materia prima del turismo, y según su naturaleza puede clasificárselos en: a) atractivos turísticos naturales; b) atractivos turísticos culturales. Sin su presencia un país o una región no

podrían emprender su desarrollo turístico conformando ambos el primer elemento de la estructura de producción del sector al que se agrega la planta turística y la infraestructura.

Planta turística: Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que se denomina “planta turística”, integrado por dos elementos: a) El equipamiento, que incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos: Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento y Otros servicios. B) Las instalaciones: que incluye todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de las actividades netamente turísticas: De agua y playa, de montaña, generales.

5.4 Infraestructura: Se refiere a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones, la energía. Se incluyen también las inversiones en infraestructura: teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, represas, etc.

Superestructura: Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.

Producto Turístico: Bienes y servicios que forman parte de la oferta y que permite al consumidor pasear, visitar los atractivos, hacer deportes y divertirse.

Oferta Turística: Cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período dado.

Demanda Turística: Concepto que contabiliza el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan. La demanda puede clasificarse en: a) Demanda real: indica la cantidad de turistas que hay un momento dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía; b) Demanda histórica: es el registro estadístico de las

demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución; c) La demanda futura: es el resultado del cálculo que habrá que realizar tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica; d) La demanda potencial: es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada.

3.4 El Turismo como actividad productiva de la ciudad

En la actualidad el desarrollo de la actividad turística en la ciudad es incipiente, ya que su perfil productivo es esencialmente agrícola con apoyo del comercio y la industria.

Hasta la construcción del Parque Termal (PT) Chajarí era una ciudad de paso para turistas en viaje hacia el Brasil o hacia la Capital Federal.

Recibía pocos visitantes y el atractivo principal giraba en torno al Camping de la Ciudad ubicado sobre uno de los brazos del Lago de Salto Grande.

Su disponibilidad de alojamiento era escasa pero estaba en relación al flujo de demanda que recibía e igual situación para los establecimientos gastronómicos, que funcionaban generalmente con el consumidor local.

La imagen turística que se desarrollaba hasta ese entonces era interna orientada al reconocimiento de valores culturales como la inmigración que dió lugar a la ciudad y que se ve revalorizada a través de su Museo Regional y la realización de eventos regionales o locales como la Exposición Rural, La semana del estudiante y el Encuentro Provincial e Internacional de Folklore, que se realizaba justamente en Chajarí y que cabe la aclaración era una actividad de muy alta jerarquía en cuanto a la calidad del desarrollo del Festival como el movimiento productivo que generaba.

En la actualidad este festival ya no se realiza.

El cambio operado en todo el país durante la década de los años noventa, mejoró sustancialmente todas las actividades complementarias de la economía y comienzan a desarrollarse en la Provincia diferentes inversiones para la instalación de pozos termales destinados a la explotación turística.

Chajarí no fue ajena a estos movimientos inversionistas y produjo el suyo dando lugar a la creación del PT el que se encuentra en funcionamiento a partir de fines del año 2001.

Con este emprendimiento comienza a vislumbrarse una reactivación de la actividad turística que continúa siendo incipiente pero con aires renovadores ya que las expectativas son muchas, por lo menos desde la esfera gubernamental.

Y ello es así ya que el emprendimiento del PT es de carácter municipal.

La actividad termal presenta entonces un nuevo desafío, en lo relativo a la recepción del visitante. Contar con equipamiento e instalaciones que satisfagan cada una de las necesidades de los nuevos visitantes redundará en el mejor aprovechamiento de todo el sector con el consiguiente beneficio económico que esto trae aparejado.

La Planta Turística de la ciudad, como ya se verá, se originó a partir, salvo en contados casos, de la infraestructura general que la ciudad poseía antes de la construcción del PT.

Esta situación es significativa en cuanto al desarrollo turístico si se tiene en cuenta que existe un fuerte flujo de visitantes que se siente atraídos por la actividad termal del litoral entrerriano, y que muchas veces llega a Chajarí solamente para visitar las termas, pasar una noche en la ciudad y continuar su recorrido.

Como la actividad esta en pañales, la captación de pequeños focos de demanda redundará en el desarrollo futuro de la misma.

El desarrollo de otras actividades como las deportivas, también se han originado a través del conocimiento que va adquiriendo la gente al advertir la existencia de Chajarí y sus atractivos.

La realización de "Iron Lago", Maratón de nivel internacional, realizado durante el mes de abril es prueba de ello. Si bien la organización es producto de la acción de los entes deportivos encargados de su realización, la decisión de realizar tal evento en la ciudad está motivado por el conocimiento de la existencia de una potencialidad que tiene Chajarí y que poco a poco se va instalando en los organizadores de tales eventos.

El desafío que la ciudad tiene es obtener los máximos beneficios de esas potencialidades. Para ello se requiere de una acción conjunta de todos los sectores de la comunidad inducidos, claro está a través de sus diferentes entes turísticos.

Es bien conocido el lema que el Turismo es generador de trabajo.

Chajarí aún no refleja un nivel significativo del aporte del sector en este tema.

No se encuentra cuantificado el número de empleados que trabajan en los diferentes sectores de la actividad turística.

Idéntica situación se genera para conocer el índice económico que la actividad aporta a la producción total de la ciudad.

Se consideraría de interés contar con algunos datos estadísticos, mediante la confección de un registro que permita conocer el número de visitantes, su estadía, la estacionalidad de la demanda y duración de temporada, el número de habitaciones de uso turístico, el gasto diario de los visitantes y el origen de los mismos. Estos datos permitirían, entre otras cosas, evaluar la importancia de la actividad en la ciudad y clasificarla como centro turístico. Asimismo, conocer el número de visitantes simultáneos permitiría evaluar también la capacidad de alojamiento con que se cuenta.

Esto último evitaría el congestionamiento que se produce a veces con los visitantes que provienen de otros centros cercanos. Ya que no hay que olvidar que tanto Colon, Concordia, Federación y Chajarí, distan unos y otros a una distancia promedio de cien kilómetros, es decir menos de una hora de viaje, y reciben excursionistas por acción secundaria (cuando Federación agota su capacidad de alojamiento en Semana Santa envía su excedente a Chajarí).

Dice el Arq. Bullón: "La suma de los desplazamientos que realizan los turistas durante sus viajes ..., siempre culminan en un centro turístico, ya sea para descansar una sola noche, para pasar en ello algunas horas o para permanecer durante varios días. Esta concentración de los turistas en esos puntos convierten a los municipios en microeconomías de especialización, consecuencia de la concentración de servicios específicos para atender las necesidades que generan los turistas durante su permanencia en ellos. ...Por lo tanto, los municipios turísticos son mucho más que una organización administrativa ...Son centros productivos..."³²

Con el análisis efectuado hasta aquí se advierte que la actividad que se despliega en la ciudad entorno al turismo comienza a dar sus primeros pasos a raíz de la instalación del PT.

³² Bullón R. Los Municipios Turísticos. Trillas. México

De la tarea de campo desarrollada se advirtió fácilmente dos aspectos que pueden ayudar a calificar la actividad turística de la ciudad como incipiente. Ellos son: la escasa concientización turística de los prestadores de servicios y la baja calidad técnica en el desarrollo de las diferentes actividades.

Estos aspectos no desmerecen en absoluto lo realizado, ni mucho menos, ya que permiten trabajar sobre las diferentes debilidades que se van presentando.

Chajarí está aprendiendo a manejar la actividad turística a partir de accionar directamente sobre la realidad, y ya se ha dejado aclarado en este trabajo la importancia que la realidad tiene sobre el Turismo.

Aprovechar al máximo la potencialidad del sector y las fortalezas que presenta la ciudad, como el entorno paisajístico, la higiene, la tranquilidad, entre otros identificados, permitirá acrecentarlas y sacar provecho de las oportunidades que se vayan presentando a futuro.

En tal sentido, se debe considerar que también el prestador de servicio local deberá tener un tiempo de adaptación a las nuevas necesidades de los consumidores, teniendo siempre presente el valor significativo que posee el tiempo, tanto para el turista como para su propio interés. Por lo tanto, cuanto más rápido efectúe ese proceso de adaptación personal, concientizándose en las bondades de la actividad en materia de calidad de los servicios, más rápido será su beneficio en torno de su negocio.

El otro aspecto que lleva a calificar la actividad como incipiente es la baja calidad técnica que se advierte en las funciones.

Chajarí es una “ciudad de amigos” así reza su slogan. Pero ese sentir casi campechano, que es saludable para una promoción, no debe traducirse en la gestión de un negocio o en la dirección de una entidad, porque se deja de lado la especialización y rigurosidad técnica necesaria que redundará en última instancia en la obtención de logros positivos en el negocio turístico.

Que al turista se lo haga sentir cómodo, es una regla de la hospitalidad, que se lo trate como “un amigo” continúa siendo parte de esa hospitalidad, pero no deja de ser de vital importancia que esa hospitalidad esté generada en el estudio profundo y sistemático del significado que tiene la hospitalidad en la prestación de un servicio.

Con esto se quiere significar que cuanto más alta sea la rigurosidad técnica y capacitación de los prestadores de servicios (funcionarios, empleados, etc.) mejor desarrollada estará la actividad: no debe olvidarse que “Turista que se pierde por una mala atención, es un turista que no se recupera”.

El tiempo dirá si Chajarí hace uso de toda su potencia para sacar provecho de la actividad turística y reconoce a la misma como complementaria sin superposición de las de mayor relevancia y que puede darle muchos beneficios en tanto y en cuanto se la explote en forma eficaz.

3.5 Identificación de la comunidad con la actividad turística

El análisis de esta situación permitió tener una idea en concreto de la realidad turística de la ciudad.

Es la propia comunidad la que crea situaciones para que una actividad florezca y se desarrolle.

Es la comunidad la que vislumbra la oportunidad que ofrece una actividad, definiendo objetivos y poniendo en marcha diferentes niveles estratégicos y operativos para la acción.

Sin el consenso de la comunidad, sin su aceptación, es imposible obtener de un recurso, por más genuino que este sea, un resultado beneficioso.

En Chajarí, como en cualquier ciudad, existen personas en relación directa con la actividad turística, o relacionadas indirectamente a través de actividades complementarias.

Asimismo, la población que no está relacionada con la actividad, en algún momento, en menor o en mayor medida, aprovechando su tiempo libre, hace uso de la misma.

Es decir, todos de alguna manera y en algún momento se vinculan con la actividad turística.

Así es en todas las ciudades.

Ahora bien, el motivo de la inclusión de este acápite en el presente trabajo responde a su objetivo principal, permitiendo revelar si Chajarí es o no una ciudad con perfil turístico.

En primer término se revela una distancia significativa entre las diferentes actividades que propone el turismo y el interés de la comunidad.

Debe interpretarse, antes de proseguir, que aquí la distancia apuntada se refiere al turismo como actividad económicamente productiva y no a la actividad recreativa o de esparcimiento.

Ello puede deberse a que el turismo no representa para su comunidad una tradición cultural, como sí lo representa la actividad agrícola.

No debe olvidarse el origen de inmigrantes italianos agricultores que posee la ciudad.

Tampoco debe escapar que dicho origen ha significado por décadas el desarrollo de una actividad –la agrícola- que ha reportado enormes beneficios, con los que la ciudad floreció y marcó su desarrollo en tal sentido.

Es una cultura del trabajo agrícola que lleva casi 130 años de actividad continua.

Por eso es importante conformar un debate para el consenso, que proponga a la comunidad las nuevas alternativas en materia de actividades económicas que se van presentando.

Para ello el recambio de la generación de dirigentes es imprescindible, ya que el cambio cultural puede ser planteado desde la dirigencia, como una propuesta para el desarrollo, como una forma de reorganizar la sociedad en pos de valores comunes, que interprete y alcance los intereses del conjunto.

La globalización ha alcanzado también a estas comunidades.

El turismo y su auge, es producto en mayor o en menor medida de esa globalización que ha roto barreras y ha permitido convertir al mundo en una aldea, con sus costos y sus beneficios.

Chajarí, pese a sus dificultades ha enfrentado el desafío, produciendo hechos que quiebran la tradición cultural del trabajo de labranza.

Producido el cambio, deviene el miedo, dado que se trata de una sociedad conservadora y cuya cultura del trabajo es de origen interno hacia adentro.

Precisamente el turismo propone el desarrollo de actividades externas. Darse a conocer, comunicarse, relacionarse, formular propuestas y utilizar recursos genuinos.

Es probable que esta sea una de las causas por las cuales la comunidad permanezca distanciada de la actividad turística.

Por otro lado, la falta de una política pública que no responda a los intereses de la comunidad, determinará un quiebre en la sociedad misma.

Esta situación ha sobrevenido sin duda en Chajarí al momento de la construcción del Parque Termal.

La decisión política que significó su construcción ha cobrado un precio muy alto, ya que representó la postergación de necesidades elementales de la comunidad por la realización de la obra.

El retraso en obras de infraestructura, tales como red cloacal, repavimentación de calles, extendido de red de electricidad y el retraso en meses del pago de sueldos de empleados municipales, ha producido un estado de emergencia social, que toma significado en el alejamiento que existe entre la comunidad y la actividad turística, pero cuyo desarrollo tiene un sin número de lecturas que no hacen al propósito de este informe.

El ciudadano común considera que se paralizó la ciudad a cambio de la construcción del Parque Termal, y en esa consideración ve postergado en última instancia su propio interés.

El interés político sobrepasó el interés de la comuna, fijándose un objetivo sin medir las consecuencias.

Es así como existen vendidos casi cinco mil abonos para el uso del parque termal entre los habitantes de Chajarí, pero el visitante local prácticamente no hace uso de las termas.

Tal vez lo más significativo de esta situación es que se ha dejado de hablar de "Turismo" para pasar directamente a hablar de "Termas", como si toda la actividad se sintetizara en esa única posibilidad, y seguramente que si eso fuese así, si fuese tan sencillo, un gran número de inconvenientes estarían ya solucionados.

Chajarí ha desviado su mirada de la verdadera actividad turística, que involucra sin duda al Parque Termal.

Pero esta actividad también incluye a su área de Camping, a su franja costera en la región del lago Salto Grande, a la atención y protección del medio ambiente, a la ciudad en su conformación urbana, a las múltiples posibilidades que ofrece el entorno agrícola y en definitiva a todas las posibilidades naturales y culturales que ofrece la actividad en pos de una mejor calidad de vida.

Chajarí posee su Camping a unos quince kilómetros de la ciudad, el que en la actualidad no ha revestido mayor importancia en el desarrollo de la actividad turística ni ha registrado ninguna inversión en obras, pese a su ubicación estratégica con el Lago de Salto Grande.

Este hecho podría ser revalorado si toda la actividad turística comenzara a resignificarse.

En tal sentido, el desarrollo como estado ribereño y la defensa de los intereses sobre lago por parte de la comunidad posibilitaría entre otras cosas obtener acuerdos con la Comisión Administradora de Fondos de Salto Grande y lograr recursos para el desarrollo de proyectos.

La defensa de los intereses sobre el lago, el mejoramiento del camping en vista a la actividad turística debería tener el mismo orden y claridad que el mantenimiento general del Parque Termal, ya que los beneficios obtenidos de ambos atractivos turísticos se verían volcados a la comunidad si esta tuviese sus objetivos en claro en cuanto la actividad misma.

Con este aspecto se intenta establecer la amplia gama de posibilidades que se observan en la zona en estudio y que al parecer la comunidad no logra hacer uso de las mismas debido en gran medida a la disputa de intereses existentes.

Tal vez uno de los obstáculos que impiden el desarrollo de la actividad sea precisamente el no poder definir al turismo como tal, de ahí la necesidad de la especialización y la rigurosidad técnica que se marcaba en el punto anterior.

A pesar de este panorama, la actividad turística es un hecho en la ciudad, y su desafío es ir ganando terreno en todos y cada uno de los lugares de la vida de la comunidad.

Lentamente la actividad comienza a organizarse y la propia comunidad participa de la misma dentro de sus propias necesidades.

Es cierto que no todos los sectores de la sociedad acceden de igual forma a la actividad turística, y ello es así, debido a los elevados niveles de desigualdad que se han detectado.

Aunque a veces se da la paradoja que quienes más se oponen a la actividad turística dado su carácter selectivo, tienen la posibilidad de obtener de tal actividad un puesto de trabajo.

Otro tema significativo y que caracteriza la identificación de la comunidad con la actividad turística, está representado por el conjunto de personas que han invertido su dinero en ella apostando al Parque Termal.

En primer termino ya se ha dejado establecido que estas personas, son ciudadanos comunes que han vislumbrado las bondades que ofrece el sector y por lo tanto han apostado al desarrollo de diferentes actividades, comprando lotes en el predio termal para la instalación de negocios.

Este movimiento de inversiones ha provocado sin duda un conflicto de intereses que más que realizar un aporte a la comunidad y a la actividad turística ha aumentado la distancia a la que se hacia mención anteriormente.

Las inversiones lejos de conformar un todo homogéneo responden al interés de cada inversor.

Es por ello que se ha identificado la necesidad de implementar un plan de desarrollo estratégico, no solamente para el turismo, sino para toda la ciudad que de manera sistematizada integre todos y cada uno de los intereses particulares en pos de un objetivo común.

El plan de desarrollo reposicionará a la comunidad con la actividad turística, y representará la verdadera inversión en turismo que la propia ciudad viene postergando.

El estado actual de la actividad refleja un sistema desordenado y sin rumbo en donde aspectos tales como: obras de infraestructura, seguridad, calidad en los servicios, sanidad, medio ambiente, macro y micro emprendimientos, entre otros, toman su rumbo, cada uno con independencia del otro.

Los resultados se reflejan en la comunidad y su actitud para con la actividad turística.

Frente al desconocimiento deviene el desorden, del desorden deviene la pugna de intereses y de ella la única perjudicada es la propia comunidad y sobre todo los sectores más carenciados que se pretenden mejorar y desarrollar.

Es precisamente esta imagen la que se debe evitar si se intenta construir un desarrollo turístico asociado al concepto de calidad de vida.

Si se comprende que se está trabajando en el seno de una comunidad conservadora, fiel a su cultura del trabajo agrario, nada impediría formular

acciones para comenzar a desarrollar la actividad turística precisamente a partir de actividades que se encuentran en la propia cultura de la comunidad.

De la tarea de campo efectuada se han registrado diversos aspectos que parecería que la propia comunidad no tiene en cuenta.

Los festivales folklóricos que atraen turistas incluso extranjeros, la Fiesta del Salame Regional en el barrio San Clemente, la Fiesta de la Citricultura y la Fiesta del arroz, son hechos culturales que han nacido y pertenecen a la comunidad.

No les han sido dados, los han generado ellos mismos.

Esos hechos culturales, también dinamizan a la actividad turística tanto o más que la actividad termal en forma independiente. Y abren una real oportunidad si se establecen canales de comunicación para fortalecer y conformar un bloque que puede darse a conocer como una entidad, un todo, que la ciudad tiene para atraer visitantes y producir el hecho turístico.

De ahí la necesidad de contar con un proyecto integral que logre conciliar todos los intereses comunitarios.

Luego de la crisis institucional que vivió el país a fin del año 2001, el turismo en la ciudad se intensificó logrando la atención de varios sectores dado que la actividad agrícola se encontraba deprimida.

El cítrus, el ganado, el arroz, la soja, cada uno de los exponente del agro de la zona se encontraban en receso. Por tal motivo la actividad turística comenzó a verse como una alternativa para paliar la situación de crisis.

Igual situación sucedió a nivel nacional.

En la actualidad, tal situación se ha revertido considerablemente, por lo menos en Chajarí y zonas rurales. Como consecuencia de ello ha empeorado el posicionamiento de la actividad turística en la comunidad, debido a que al mejorar las condiciones del campo, la propia comunidad se repliega volviendo la mirada a su actividad agro - productiva, y prontamente ha olvidado sus intenciones de exponer su campo, con sus atractivos arroyos y arenales, para que lo visiten turistas. Esa actividad ya no les interesa, porque prefieren que la comuna los ayude a invertir en la compra de más hectáreas en donde puedan pastar más animales o invertir en corrales para sus aves porque el mercado ha comenzado nuevamente a moverse.

Esta situación no puede calificarse como buena o como mala, sino que es una consecuencia normal de las causas que la produjeron.

Como se puede advertir la situación puede tener varias lecturas dependiendo siempre del argumento que se esté construyendo.

En la búsqueda de una alternativa distinta, muchas veces se actúa por imitación y es verdad que el desarrollo en gran escala del turismo, con grandes compañías de promoción, arribos masivos de visitantes, capacidades hotelera colmadas, requieren decisiones rápidas y eficaces. Pero éstas, a veces, no se producen. Y en el intento de actuar decididamente se recurre a modelos que no siempre responden de una manera eficaz.

Tal es el caso del modelo más próximo que tiene Chajarí y es la ciudad de Federación a escasos 38 kilómetros.

El auge termal en la ciudad, no debe perderse de vista, ha estado influido por la gran actividad turística que se generó en la vecina ciudad de Federación.

Pero es verdad que la aplicación de ese modelo no ha provocado en principio los beneficios esperados.

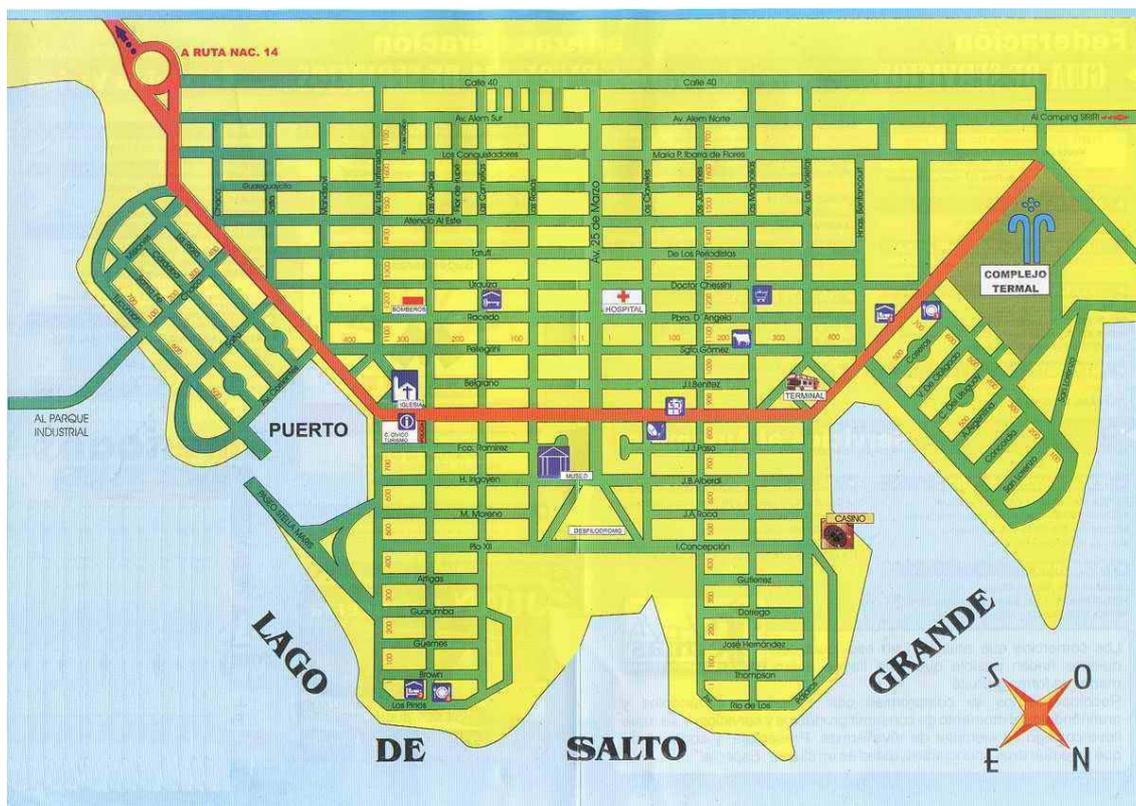
Esto puede deberse simplemente a que cada ciudad tiene obstáculos y debilidades diferentes, razón por la cual, lo que es bueno para una tal vez, no resulte beneficioso para la otra.

El problema comienza cuando ante el deseo de desarrollar la actividad turística se recurre a la permanente comparación que no siempre es beneficiosa.

Se dan dos situaciones:

En primer lugar, Federación tiene una ubicación estratégica sobre la costa del Lago de Salto Grande:

Imagen nro.: 7 ver disco de imágenes



Fuente: Guía turística de Federación y Chajarí. Enero/Marzo 2003 Año 1 n° 1
Elaboración propia

En segundo lugar las diferentes raigambres culturales que ambas ciudades poseen son determinantes en la actividad turística.

Federación es la segunda ciudad satélite de Latinoamérica después de Brasilia, respondiendo a los conceptos de ciudad jardín del Maestro del movimiento urbanista de la arquitectura moderna Charles Jaenneret Le Corbusier (1887 – 1965 Ver adjunto³³)

Federación obtuvo su desarrollo turístico a partir de comprender cuál era su límite y cuál su horizonte. No se detuvo ante el cierre de sus aserraderos, acrecentó su cultura ribereña, se benefició por los subsidios otorgados desde la Represa de Salto Grande y avanzó en el proyecto turístico, comprendiendo que éste era su objetivo principal para hacer frente a un futuro que no se presentaba muy claro.

³³ Charles Jaenneret Le Corbusier. Biografía. Disponible desde: URL: <http://www.geocities.com/arquique/lecorbu/lecorbu01.html>

Los resultados fueron positivos y se ha avanzado sobre cuestiones técnicas muy específicas que importan un gran desarrollo de su actividad principal que es el turismo.

El grado de especialización alcanzado en Federación ha permitido entre otras cosas, poner en marcha su plan estratégico (Ver adjunto), brindar permanente capacitación a su personal, promover y promocionar jornadas internacionales de Turismo.

De manera tal que viendo el camino de la oportunidad inmediatamente buscó la forma de perfeccionarlo.

Este accionar revela una claridad de objetivos que es muy difícil de alcanzar sino se posee una visión de comunidad plasmada en un proyecto, que clarifique qué rumbo tomar y qué camino construir.

El gran desafío de Chajarí, seguramente no se encuentra en el desarrollo de la actividad turística en particular, que fuerce desarrollar un perfil turístico que quizá la ciudad jamás tendrá, sino en encontrar la forma de reorganizar su propia comunidad, construir un camino propio que permita la cristalización de los objetivos propuestos por todos los sectores de la sociedad.

4. Sistema Turístico. Existencia y Conformación

4.1 Organización Administrativa de las Comisiones o Superestructura

La actividad turística de la ciudad de Chajarí actualmente se encuentra bajo la jurisdicción administrativa de la Municipalidad de la Ciudad, quien a través de la Secretaría de Gobierno pone en funciones a la Dirección Municipal de Turismo, subordinada directamente a las decisiones del presidente municipal que es el encargado de la toma de decisiones.

De acuerdo la información suministrada se advierte que la actividad de ésta Dirección recae en la figura de la Directora de Turismo, quien depende directamente del Presidente Municipal para la toma de decisiones.

Existe también la Comisión Municipal de Turismo que es una entidad que esta formada por diferentes representantes de la actividad y la comunidad, entre los que se destacan la Cámara de Turismo, Centro de Actividades Económicas de Chajarí, dos representantes del grupo de Inversores, el Municipio y los concejales que funciona conjuntamente con la Dirección de

Turismo en lo relativo al asesoramiento de esta última. Ambas llevan adelante los diferentes proyectos que pueden surgir de las dos reparticiones, compartiendo además la solución de conflictos de la actividad turística.

La Municipalidad de la Ciudad tienen a su cargo la dirección y administración del Parque Termal. Dicha administración se lleva adelante a través del Coordinador General de Termas. La organización de esta institución se encuentra plasmada en un Reglamento Interno al que no se pudo tener acceso al momento de realizar el trabajo de campo.

Existe una Oficina de Turismo ubicada en la entrada de la Ciudad sobre la Avenida Dr. Casillas, cumpliendo funciones de asesoramientos al turista y sede la Dirección de Turismo.

Además de estas dos entidades dedicadas al turismo existe una entidad denominada los "Inversores", se trata de un conjunto de personas que en virtud de la perforación termal compraron lotes en el predio del Parque Termal para instalar determinados negocios: Bungalow, Kiosco, Restaurant, etc.

Se los denomina "Inversores" a aquellos que tienen algún interés propio, en lotes o negocios y que se ubican dentro de las cuarenta hectáreas que ocupa el Parque Termal.

Es interesante destacar que este grupo no es un equipo especializado en materia de turismo, sino simplemente personas que han invertido una determinada cantidad de dinero en un negocio determinado.

La Dirección de turismo participa del grupo denominado "Comunidades Termales" al que ya se hiciera referencia y como forma de complementarse y ofrecer un producto turístico integrado, proponiendo cooperación y programación turística, solamente para el circuito del Río Uruguay.

No existe un plan de desarrollo turístico en funcionamiento actualmente. Aunque hay una serie de ideas orientadas en tal sentido.

Esta serie de ideas que maneja la Dirección de Turismo conjuntamente con la Comisión Municipal están vinculadas a concretar acciones para el aumento de la afluencia turística a la ciudad, y mejorar la mercadotecnia en materia de turismo, orientada a darla a conocer y promocionar sus productos turísticos. Otro tema que intenta resolver la elaboración del plan de desarrollo es fortalecer la concientización en lo relativo al servicio de alojamiento y gastronomía.

Se efectúan charlas y cursos pero de manera esporádicas, ya que no se considera aconsejable hacerlo en forma continua desde la propia Dirección de Turismo.

Estos cursos y charlas se planean en forma conjunta con la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Santa Ana y están orientados a la sociedad en general y los prestadores de servicio en alojamiento y gastronomía. Los contenidos de dichos cursos son atención al público y técnicas de mercadotecnia.

4.2 Infraestructura Turística

Uno de los condicionantes más importantes para el desarrollo de la actividad turística lo constituye la disponibilidad de infraestructura adecuada en cantidad y calidad.

Asimismo en el punto 3.3 se ha esclarecido el concepto de infraestructura que hace mención a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.

4.2.A Red vial

La principal vía de comunicación de la localidad la constituye la Ruta Nacional 14.

El desarrollo de la red vial fue materia de análisis en el punto 3.2.2.A de la primera parte del presente trabajo y en el 2.2 del presente informe, motivo por el cual se remite a dichos puntos.

Cabe aclarar que la Ruta Nacional 14 posee un intenso y permanente tráfico de carga pesada y ómnibus de larga distancia, motivo que la convierte en una vía de alta peligrosidad, pese a la buena señalización existente.

Los caminos internos: La Ruta Provincial nº 2 es prolongación de la que va a San José de Feliciano hacia el oeste, y representa el camino más importante que comunica Chajarí (hacia el este) con los municipios de Villa del Rosario y Santa Ana, este camino es asfaltado, se encuentra en buen estado de conservación y es de buena transitabilidad durante todo el año. Posee un alto grado de calidad paisajística. Por él se accede también a un sector del Lago Salto Grande, Balneario Municipal de Chajarí y balneario camping de la ciudad de Santa Ana.

Caminos complementarios: Existen varios caminos que permiten acceder a áreas de cierta atraktividad: el camino de la antigua RN 14 a, que en la planta urbana se denomina Avenida 28 de Mayo, permite llegar al Camping Municipal Ciudad de Chajarí. Asimismo la continuación de la Av. Alem (oeste) constituye la vía de acceso al Parque Termal. Ambos caminos son de mejorado de ripio y su estado de conservación es de regular a malo, y de alta intransitabilidad en los días de lluvia.

4.2.B Señalización

La señalización resulta de suma importancia para esta zona tanto para el desarrollo de la actividad agrícola como para el resto de las actividades, entre ellas el turismo, más aún si se desea incrementar la proporción de turistas que visitan la ciudad y zonas aledañas.

4.2.C Señalización vial

La señalización vial está a cargo de Vialidad provincial y Vialidad nacional. En general a lo largo del recorrido de la Ruta Nacional 14, la cantidad resulta altamente suficiente tanto en lo relativo a distancias como a las señales de precaución.

La señalización de los caminos complementarios no es buena o es inexistente en ambos sentidos.

4.2.D Señalización turística

La señalización turística es aquella destinada a orientar a los usuarios respecto de los atractivos, servicios o actividades que se pueden realizar. La misma se encuentra a cargo de la Municipalidad de la Ciudad o de la Provincia de Entre Ríos, según la jurisdicción que corresponda en cada caso. La señalización turística debiera integrar los programas de puesta en valor de los atractivos turísticos que se realicen. En Chajarí y su zona de influencia la señalización resulta escasa.

Respecto a la señalización dentro de la ciudad, la misma resulta insuficiente, cuando no inexistente en algunos rubros. La señalización de toda la ciudad y la zona de influencia, no solo resulta de suma importancia para la orientación general, sino que proporciona una inmejorable oportunidad para motivar a los visitantes para conocer la localidad y sus alrededores.

En la actualidad, tal potencialidad no se encuentra aprovechada ya que los únicos carteles que se observan a la vera de los caminos son generales (señales de tránsito, de bienvenida, etc.) pero no sugiere al automovilista la rica oferta que Chajarí estaría en condiciones de proporcionarle.

Resulta evidente que el valor que representa la señalización en la actividad turística se desconoce, en mérito a la ausencia casi total de la misma que refleja la ciudad.

4.2.E Servicios del automotor

Existen 10 estaciones de servicio (SHELL, YPF, ESSO y GNC) en la ciudad y su zona de influencia. Cinco de ellas se encuentran en el área urbana. Una sobre entorno al Parque Industrial, otra sobre la Ruta 14 “Rotonda” y dos ubicadas sobre la misma ruta pero sobre los kms. 321 y 311. Por último existe una estación de GNC sobre la Av. Dr. Casillas.

Todas las indicadas ofrecen los clásicos servicios comunes en las estaciones de servicios modernas, incluyendo mini shop y atención las veinticuatro horas en alguna de ellas.

Relevamiento efectuado respecto de los servicios al automotor

TIPO	CANTIDAD
Estaciones de Servicios	10
Talleres Mecánicos	16
Gomerías	7
Lavaderos	5
Auxilios Mecánicos	3
Compañías de Seguro	7
Cerrajería del automotor	3
Casas de repuestos	11
Taller de Chapa y Pintura	3
Parabrisas	1
Electricidad de Automotores	3

4.2.F Terminal de ómnibus

Chajarí cuenta con una estación terminal de ómnibus ubicada en el centro de la ciudad. Opera con ómnibus de larga distancia de recorrido nacional y regional.

Actualmente se registra una obra de ampliación que se encuentra suspendida desde hace ya varios meses.

No existe en la misma una cuantificación de personas que han arribado en los últimos años a la terminal.

La terminal permanece abierta las 24 horas del día y ofrece el servicio de un maxi quiosco, cafetería y restaurante en su interior.

Cuatro empresas de servicios de remises se encuentran localizadas en la terminal.

Se cumplen servicios de llegada y partida de coches hacia las ciudades de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Misiones, Paraná, Concordia, Federación y zonas rurales de influencia de Chajarí como: Los Conquistadores, San Jaime y Feliciano.

Las empresas que ofrecen sus servicios son:

DENOMINACIÓN	DESTINOS Y ARRIBOS	OBSERVACIONES
Flecha Bus	Bs. As. Rosario. Paraná. Concordia. Federación	Coches de primera línea en muy buen estado. Servicio completo.
T.A.T.A Rápido	Bs. As. Paraná. Concordia. Federación	Coches en buen estado. Servicio Estándar
JOVI BUS	Bs. As. Concordia	Coches en buen estado. Servicio Estándar
EL INDIO	Paraná. Libertador. Concordia	Coches en buen estado. Servicio estándar
SINGER	Misiones. Brasil	Coches de primera línea. Servicio completo. No ingresan a la ciudad
SAN JOSE	Paraná	Coches en buen estado. Servicio Estándar
ZENIT	Paraná. Córdoba. Concordia	Coches en buen estado. Servicio Estándar
SOTA	Los Conquistadores. San Jaime. Feliciano	Coches en buen estado. Servicio Estándar

4.2.G Aeropuertos

El aeropuerto más cercano es el de la ciudad de Concordia que opera con la empresa Líneas Aéreas de Entre Ríos. Actualmente los servicios se encuentran suspendidos.

Chajarí cuenta con un Aeroclub que de explotarse con un programa de vuelos bautismos y vuelos turísticos sobre las distintas quintas de cítrus y costas del Lago Salto Grande, significaría una actividad potencialmente interesante para desarrollar

4.2.H Servicios de comunicaciones

Los servicios de comunicaciones con que cuenta la ciudad son el de Correo Argentino S.A. y OCA, existen varios centros con cabinas telefónicas y servicios de Internet.

Chajarí cuenta con ocho emisoras de radio y dos sistemas de video cable (VCV y Direct TV) . Posee además un diario local “La Voz del Norte” de tirada semanal.

Se editan dos guías de distribución gratuita: La Guía Turística de Federación y Chajarí, de notable utilidad tanto para la comunidad como para el visitante, y la Guía Local de Chajarí, con el detalle de los abonados telefónicos, números de emergencia, teléfonos útiles, etc.

4.2.I Sanidad

Los servicios médicos con que cuenta la ciudad son los siguientes:

TIPO	CANTIDAD
Hospitales y centros asistenciales	3
Consultorios odontológicos	9
Centros oftalmológicos	1
Farmacias	12

4.2.J Servicios a la Comunidad

La infraestructura urbana de servicios (agua, energía eléctrica, cloacas, etc.) se encuentra a cargo de la municipalidad de la ciudad.

La ciudad presenta deficiencia en cuanto a sus servicios comunitarios. Ya se han destacado los aspectos relevantes de esta situación al efectuar el desarrollo del aspecto urbano.

Sin embargo cabe aclarar que el servicio de agua potable es un problema recurrente en varios Barrios de la localidad, sobre todo durante la temporada estival cuando el consumo de agua se acrecienta.

4.2.1 Consideraciones acerca de la infraestructura turística

- En términos generales la red vial de acceso a la ciudad se encuentra en muy buen estado de conservación en cuanto a los servicios de ruta y mantenimiento. Cabe aclarar la alta peligrosidad que reviste la RN 14 debido al intenso tráfico que por ella circula.

- La señalización de los caminos interiores de la zona de influencia conjuntamente con la señalización turística es escasa e inadecuada
- La infraestructura urbana requiere una urgente atención por parte de las autoridades competentes
- La infraestructura complementaria se encuentra adecuada a las actuales necesidades de la localidad

4.3 Planta Turística - Equipamiento

Descripción: para analizar la planta turística se efectuó un relevamiento de la cantidad de establecimientos que brindan servicio de alojamiento y establecimientos gastronómicos, cantidad de plazas y precios que se manejan.

4.3.A Alojamiento

Dentro de esta categoría, Chajarí cuenta con un número de alojamiento que ha estado en relación con la cantidad de usuarios. En su mayoría los establecimientos están en el centro de la ciudad y solamente dos se encuentran sobre la Ruta 14. La mayoría se trata de pequeños hoteles, hospedajes, casas de familia, departamentos en alquiler que reflejan la escala familiar y microempresarial del sector.

El siguiente esquema ilustra la distribución de alojamiento en la ciudad.

	Clase	Categoría	Denominación	Ubicación	Cantidad de Plazas	Estado de conservación
1	Hotel	***	Del Sol	Ciudad	110	Muy bueno
2	Hotel	**	Caribe I	Ciudad	120	Bueno
3	Hotel	**	Caribe II	RN 14 Km.330	120	Bueno
4	Hotel	**	Suiza	RN 14 Km.426	20	Bueno
5	Hotel	*	Las Azaleas	Ciudad	15	Bueno
6	Hotel	*	Regina	Ciudad	10	Regular
6	Residencia Fliar	--	Bitty	Ciudad	4	Bueno
7	Hospedaje	--	San Ramon	Ciudad	12	Bueno
8	Bungalow	--	Solar del Chaja	Parque Termal	177	Muy Bueno
9	Viviendas Alquiler	--	De la Cruz	Ciudad	5	Bueno
10	Viviendas Alquiler	--	Cooke	Ciudad	12	Bueno

Fuente: relevamiento propio e información de la Oficina de Turismo local. No se consideró las plazas del Camping municipal

La composición de la oferta respecto de alojamiento se discrimina en:

6 hoteles 395 plazas

1 residencia familiar 4 plazas

1 casa de hospedaje 12 plazas

45 bungalows 177 plazas

2 viviendas de alquiler 17 plazas

Total de Alojamiento en plazas 605

Estado de conservación

Se ha realizado una observación in situ de los establecimientos. En general la antigüedad de los establecimientos supera los cinco a diez años de antigüedad y el estado de conservación de los mismos puede evaluarse de bueno a muy bueno.

Los establecimientos mas antiguos, y salvo algunas excepciones, evidencian serias dificultades para adaptarse a los nuevos requerimientos de la demanda, como para adoptar criterios estéticos más modernos y/o para efectuar las tareas de mantenimiento básicas según los casos. Varios de los establecimientos se encuentran en un proceso de renovación que revela una modernización aunque sea incipiente del sector: instalación de calefacción y aire climatizado, tv en habitaciones, modificaciones en los baños.

En el caso de los Bungalows ubicados en el Parque Termal, responden a la demanda de alojamiento más reciente de la ciudad y se trata de una inversión privada llevada adelante dentro del predio termal. Es un proyecto de bungalows o departamentos con una capacidad para 6 a 2 personas, distribuidos en una o dos plantas. Todas las instalaciones están estandarizadas. Poseen: TV codificada, aire frio calor, vajilla para cuatro, cinco y seis personas, ropa de cama, toallas, heladera, microondas, cocina con hornos y fuentes. Además cuentan con parrillas y cocheras individuales. Seguridad y servicios de emergencias médicas.

En la actualidad se encuentran inaugurados 40 bungalows con 177 plazas. La distancia de los bungalow a las piletas es de 150 metros. Hay un sendero peatonal que esta en construcción, motivo por el cual en los días de lluvias es bastante incomodo el traslado hacia las piletas termales.

A fines del mes de agosto continuará la construcción de la segunda parte del proyecto, de los departamentos que ya tienen propietarios, y significará un aporte de un total de 12 a 15 departamentos más.

El proyecto terminado dará lugar a un total de 88 bungalows.

Servicios ofrecidos

Clase	Nombre	Desayuno	Agua Cal.	Amb. clim.	TV	Telef.	Música Func.	Ventilador de techo	Estac. Aut.
Htl	Del Sol	X	X	X	X	X	X		
Htl	Caribe I		X	X					
Htl	Caribe II		X	X					X
Htl	Suiza	X	X	X	X				X
Htl	Las Azaleas	X	X					X	X
Htl	Regina		X					X	
R. Fliar	Bitty	X	X		X			X	
Hpdj.	San Ramon		X					X	
Bglw	Solar del Chaja		X	X	x	X			X
V. Alq.	De la Cruz		X		X			X	X
V.Alql	Cooke		X		X			X	X

Tarifas

Respecto de los hoteles tienen tarifas que promedian los \$ 30 para las habitaciones dobles, \$ 45 las habitaciones triples, un promedio de \$ 70 los departamentos para más de tres personas.

En cuanto al alojamiento de tipo familiar u hospedaje el promedio de la tarifa es de \$ 15 por persona.

En las viviendas en alquiler dependiendo del tipo de departamento que se alquile la tarifa promedio es de \$ 25 por día por persona.

Los Bungalows del Parque Termal su tarifa se discrimina distinguiendo la tarifa de lunes a jueves y la tarifa para fines de semana o temporada alta respondiendo al tipo de bungalow que se pretenda alquilar.

Así tenemos:

CAPACIDAD	Lunes a Jueves \$	Fines de Semana Temporada Alta \$
2 personas	55	60
3 personas	60	65
Bungalows de 4 plazas	70	75
Bungalows de 5 plazas	80	85
Bungalows de 6 plazas	90	95

Dificultades de los establecimientos

La mayor dificultad que presentan los establecimientos es su permanencia en el tiempo.

El alto costo de las tasas municipales, impiden hacer frente a mantenimientos o ampliaciones frecuentes.

La mayor dificultad de los nuevos establecimientos es que su temporada alta, vacaciones de Julio, semana Santa y fines de semana largos resulta excesivamente corta al resto del movimiento que se produce durante el año no llegando a cubrir los gastos de mantenimiento de dichos establecimientos.

Camping

Chajarí y su zona de influencia cuenta con tres camping.

- Balneario Camping Municipal
- Balneario de la Ciudad de Santa Ana
- Camping Drewans

El Balneario Camping Municipal está ubicado a 15 Kms. de la ciudad. Tiene una extensión de 17 hectáreas, y se encuentra sobre el lago de Salto Grande. Se observan extensas áreas de bosque de eucaliptus, costas de arena y playa. El lago es apto para la práctica de todo tipo de deportes náuticos. Posee un sector de parcelas para acampar y además 22 bungalows equipados con luz y agua corriente.

Cuenta con servicios de kiosco y heladería, comedor común para el acampante, piletas para lavar utensilios, baños y duchas con agua caliente, un amplio quincho con churrasquera común y churrasqueras individuales distribuidas en todo el predio.

Posee además canchas de voley, fútbol y tenis.

El precio de la entrada es de \$ 1 por persona, durante la temporada de verano. En temporada baja no se cobra tarifa alguna.

El alquiler de los bungalows varía según las comodidades y se dividen en categorías:

- 2 amb. Con 5 camas, cocina, comedor, heladera, mesa y sillas, baño \$ 25 por día

- 1 amb. Con 4 camas, baño, cocina con mesada y heladera \$ 20 por día
- 1 amb. Con 4 camas, baño y mesada, \$ 16 por día.
- 1 amb. Con 4 camas sin baño \$ 12 por día

El Balneario de la Ciudad de Santa Ana se encuentra ubicado a 25 Kms. de Chajarí y comparte en general idénticos servicios que el anteriormente citado. No posee bungalow para su alquiler y al ingreso se cobra \$ 1 por persona.

El Camping Drewans se encuentra ubicado a 17 kms.

Necesidades detectadas

Las necesidades detectadas fueron abastecimiento de agua en el verano, cloacas, vigilancia en los alrededores, créditos para mejorar instalaciones y servicios.

4.3.B Gastronomía

La oferta gastronómica de Chajarí, se compone de 15 establecimientos, entre restaurantes, pizzerías, pubs con minutas, distribuidos en la ciudad.

Su capacidad es variable, ya que los espacios de estos establecimientos son considerablemente amplios, oscilando entre las 80 a 120 personas en un restaurante o confitería y aproximadamente 350 personas de una confiteríaailable.

Los hoteles de Chajarí no cuentan con servicios de restaurante dentro de sus locales.

Estado de conservación de los establecimientos

El estado de los establecimiento es de bueno a muy bueno. Con diferentes grados de decoración y ambientación.

Servicios ofrecidos

Las especialidades ofrecidas por los diversos establecimientos se basan en los clásicos de la gastronomía nacional y la regional, es decir las parrillas, las pastas, la pizza, la minuta, algunos incluyen los pescados de la región surubí, dorado, etc. Tortas y dulces caseros de tipo artesanal y helados.

En algunos establecimiento se intenta diferenciar su oferta al ofrecer tragos tropicales, menús de tipo naturistas o menú Light y menús infantiles.

No hay establecimientos que ofrezcan algunos platos de comidas exóticas, incluyendo los confeccionados con carne de animales salvajes de la zona (perdices, tatú mulita, carpincho).

Todos los establecimientos trabajan a la carta.

Tarifas

Las tarifas que surgen de los menús, rondan los 10 a 15 pesos en promedio por persona.

Periodo de funcionamiento

La totalidad funcionan durante todo el año

Dificultades que presenta

Se traduce aquí las mismas e idénticas dificultades que las apuntadas para los establecimientos gastronómicos.

Mientras duran los períodos de semana santa, vacaciones de julio y fines de semana largos, el trabajo es constante. “El inconveniente está mantenerse luego ya que los impuestos deben pagarse durante todo el año. La población no tiene la cultura de salir a comer a fuera” Manifiestan los dueños de estos establecimientos.

Otra de las dificultades manifestada por sus dueños son la múltiples limitaciones económicas que presenta la región

Las necesidades que mas se destacan al momento de los relevamientos son:

- Capitación del personal,
- Variedad en los platos: no recurrir permanentemente a la oferta estándar, ampliando la gama de menús, experimentar nuevos sabores en sus platos con nuevas presentaciones que estimulen el consumo.
 - Estimular el consumo de la propia población local.
 - Hacer frente a un lleno total del establecimiento, que se traduzca en un servicio armónico frente una congestión de consumidores simultáneos, evitando tardanzas y manteniendo la existencia real, las variedades y platos ofrecidos en los menús.

4.3.C Agencias de Viajes

Existen dos agencia de viajes en Chajarí. Pero solamente una de ellas se encuentra habilitada legalmente.

Se encuentran dedicadas al turismo receptivo y emisoro simultáneamente.

El turismo emisoro se desarrolla fundamentalmente en torno a los siguientes paquetes turísticos:

Cataratas: Traslado. 3 noches de alojamiento, ½ pensión y excursiones: Ruinas de San Ignacio, Minas de Wanda, Cataratas Argentinas y Brasileras, Represa de Itaipú.

Noroeste Argentino: Salta, Cafayate y Tucumán. Incluye Excursiones, City Tour, etc.

Merlo –San Rafael –Bariloche: Excursiones y City Tour.

Mar del Plata.

Villa Carlos Paz: Excursiones, City Tour y viajes de tipo Turismo Religioso.

La actividad respecto del turismo receptivo es fundamentalmente a través de la oferta de actividades termales. Entre los productos ofrecidos se destacan:

LUNA DE MIEL EN LAS TERMAS DE FEDERACION

3 Noches de Alojamiento
 ½ Pensión (Desayuno y Cena)
 Champang en la habitación
 Bouquet de rosas
 Traslados Terminal- Hotel-Terminal
 Entradas a Termas
 Excursión lacustre
 City Tour

LUNA DE MIEL EN LAS TERMAS DE CHAJARI

3 Noches de Alojamiento
 ½ Pensión (Desayuno y Cena)
 Champang en la habitación
 Bouquet de rosas
 Traslados Terminal- Hotel-Terminal
 Entradas a Termas
 Traslados a Termas o traslados a Restaurant
 City Tour

LUNA DE MIEL EN LAS TERMAS DE FEDERACIÓN - CHAJARI

2 Noches de Alojamiento en Federación
 1 noche de alojamiento en Chajari

½ Pensión (Desayuno y Cena)
 Traslados Terminal- Hotel-Terminal
 Champang en la habitación
 Bouquet de rosas
 City Tour (Tren Jupiter) Federación
 City Tour Chajari
 Entradas a Termas Federación
 Entradas a Termas Chajari
 Traslados a Termas Chajari
 Traslado de Federación a Chajari

Salud y termas

3 Noches
 Traslado terminal – Hotel -terminal
 City tour tren
 Terapia de relax
 ½ pensión
 Entrada a termas

Termas y Aventura

3 Noches
 Traslado Termas- Hotel- Termas
 Halcón 6 X 6
 Paseo en Barco
 ½ Pensión
 Entradas a termas

Servicios ofrecidos

En cuanto al servicio de turismo receptivo se destaca:

Circuito de industrias regionales que consiste en visitas a: Casa de elaboración Hierbas y fabrica de embutidos regionales. Un circuito del Cítrus que consiste en una visita a una quinta, a un empaque de frutas y una planta exportadora.

Además se hacen visitas a zonas cercanas a la ciudad como: Visita a Villa del Rosario, Santa Ana, Lago de Salto Grande.

Se encuentran en elaboración productos orientados a la actividad de tipo Turismo de Estancia.

Se ofrecen viajes a Federación que incluyen paseo Lacustre y Safari en un 6X6.

Los productos que se terciarizan son los ofrecidos en la ciudad de Federación

Funcionamiento

Las dos agencia permanecen abiertas durante todo el todo el año

Las dificultades que manifestaron las Agencia están vinculadas a la falta de concientización turística de la gente y la falta de apoyo municipal en cuanto a promoción.

Las necesidades referidas son una mayor regulación de la actividad en cuanto a la habilitación de las agencias, que incida en el desarrollo de las mismas en cuanto a ejercer una verdadera competencia comercial.

4.3.D Equipamiento complementarios

Existen tres entidades bancarias en la ciudad. Los cajeros automáticos son los de los Bancos de Entre Ríos y del Suquía, pertenecen a la red Banelco y red Link

Chajarí cuenta con un cine-teatro, en donde además de la proyección de películas se llevan a cabo actividades culturales. Es una sala para 300 personas, equipo de proyección de films propio, escenario, telón y vestuarios, baños para el público, servicio de café express y venta de golosinas. Está ubicado en el centro de la ciudad y su estado de conservación en términos generales es bueno, pero de contar con un buen mantenimiento beneficiaria el desarrollo de más cantidad de actividades.

Chajarí cuenta con un total de ocho clubes orientados a la práctica de los más diversos deportes. En ellos es posible la práctica de fútbol, voley, básquet, tenis, paddle, bochas, pelota paleta, natación, tiro y aeromodelismo.

Sus instalaciones se encuentran en muy estado de conservación y reflejan un verdadero interés por llevar adelante todas las actividades que en cada club se desarrollan.

4.3.1 Consideraciones sobre la Planta Turística

Lo desarrollado en este informe respecto del equipamiento turístico de la ciudad de Chajarí se pueden sintetizar en los siguientes puntos:

El equipamiento turístico de Chajarí permite inferir que el mismo resulta en la actualidad insuficiente de acuerdo a los datos de corrientes de demanda que informó la Oficina de Turismo pese a no encontrarse estar cuantificada.

Existe una insuficiencia en la calidad de los servicios ofrecidos de acuerdo a la observación in situ que se realizó en el trabajo de campo.

No hay diferenciación fuerte entre los prestadores de servicios y existe una verdadera falta de capacitación en el personal de dichos establecimientos.

Como conclusiones adicionales se pueden mencionar, que los establecimientos funcionan a pleno y con gran cantidad de visitantes durante la semana santa y fines de semanas largos (aproximadamente representan un total de 25 días). El resto del año tienen muy escasa visita incluso de los pobladores locales. Esto evidencia la necesidad de estimular el consumo en la población local, implementando nuevas propuestas en la oferta e incluso mejorarla con la presentación de nuevos productos

La capacitación, tanto de los titulares como del personal contratado presenta serias falencias.

Consideraciones particulares.

A. Para el alojamiento

Existen 10 establecimientos en la ciudad, entre hoteles, hospedajes, casa de alquiler y Bungalows. Ha habido un incremento en la oferta de alojamiento en los últimos años debido al establecimiento del Parque Termal.

Estos establecimientos trabajan en su mayoría con contingentes de Buenos Aires y residuales de Federación en temporadas altas.

Los coeficientes de ocupación son magros fuera de la alta temporada o días de trabajo intenso, cuestión que trae aparejado la dificultad del mantenimiento del equipamiento con su consecuente permanencia en el negocio.

A nivel empresarial se evidencia un alto grado de improvisación que denota escasa especialización y profesionalismo.

En muchos casos para el mismo empresario, la actividad turística no es la principal sino que es complementaria.

La mayor cantidad de plazas se concentra en los hoteles y con diferentes tipos de calidad y servicio; el segundo lugar lo ocupa el tipo de alojamiento en bungalows, cuya actividad aún es prematuro evaluar toda vez que su inauguración es de reciente data. El resto de plazas se integran en alojamientos familiares y casas de alquiler, cuyo característica principal es la atención familiar y casi informal, sin ninguna especialización que destaque al servicio más que la atención cordial que dispensan sus dueños.

La capacitación es insuficiente en cuanto a servicios y se revela una urgente necesidad de capacitar al personal de contacto en todos los niveles, si se desea ofrecer un servicio diferenciado.

No se registraron futuras inversiones en materia de alojamiento, excepto las apuntadas respecto de la continuación del proyecto de Bungalows en el Parque Termal.

B. Para la gastronomía

Los establecimientos gastronómicos de Chajarí acompañan en calidad, servicio, y debilidades a los ya desarrollados en relación al alojamiento.

Consisten todos en microemprendimientos familiares. Algunos atendidos por sus dueños. Esto podría convertirse en una fortaleza si va acompañado de una verdadera capacitación que añada a la atención familiar el condimento necesario para que el visitante obtenga lo que viene a buscar: atención personalizada, calidad y cordialidad. Si esto no sucede el trato familiar y casi informal puede resultar contraproducente.

La categoría de los servicios proporcionados es sustancialmente menor a otros destinos del corredor de la ruta 14.

No se registran variables competitivas en los productos ni en los precios.

No existe una estrategia conjunta por parte del sector.

La capacitación es un problema recurrente en el servicio de gastronomía.

Se insiste en la necesidad de un programa que esté orientado a estimular el consumo de la población local, renovando y mejorando la calidad y variedad de la oferta

Las prioridades identificadas se refieren a elementos básicos del servicio: capacitación, calidad, existencia real del producto que se ofrece.

C. Para las agencias de viajes.

Es necesario contar con un control real del permiso de habilitación y funcionamiento de las agencias.

Se identificaron inconvenientes para mantenerse en el mercado a través del tiempo

El sector no ha encontrado la forma de asociarse a prestadores de servicios de otros rubros para trabajar en forma conjunta

No se han desarrollados productos locales novedoso que redundaría en una explotación de los atractivos potenciales que presenta la zona: turismo de estancia, visita a quintas, arroceras, caminatas, bici tours, cabalgatas, city tour novedosos, turismo aventuras, avistaje de flora y fauna, canotaje y exploración del Lago de Salto Grande, actividades cultural, etc.

4.3.2 Análisis F.O.D.A de la Planta Turística de la Ciudad

En el siguiente cuadro se encuentra resumido el análisis sobre los aspectos positivos y negativos que influyen en el desarrollo de la planta turística de la ciudad.

Este esquema es utilizado principalmente para evaluar la situación de una organización y preparar sus planes de marketing para analizar el contexto y a la propia empresa dentro de ese contexto.

Para eso hay que identificar cuatro grupos de variables: las “Fuerzas” (strengths) y “Debilidades” (weaknesses) del producto o productos básicos que elabora la organización. Por separado hay que analizar las “Oportunidades” (opportunities) y “Amenazas” (threat) del mercado que viene a ser un sinónimo de ambiente. La combinación de las iniciales de las palabras escritas en inglés, forma la sigla SWOT que en su versión al español se transformó en FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas). Las cuatro palabras de este método se agrupan de a pares. Por un lado hay que investigar las fortalezas y debilidades del producto y por el otro las oportunidades y amenazas que presenta el mercado al cual pertenece el producto³⁴.

En el caso de la Planta Turística de Chajarí, el siguiente, es el análisis FODA que se ha desarrollado para la misma:

³⁴ Boullón R. Marketing Turístico Una perspectiva desde la Planificación. Primera Edición. Buenos Aires. Librerías Turísticas. 1998

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Microemprendimientos a escala familiar	Insuficientes instalaciones	Nuevo mercado para explotar: Termal	Fuerte competencia de los centros turísticos vecinos muy desarrollados
Posibilidad de realizar nuevas actividades y muy variadas	Baja calidad de los diseños y servicios	El turismo como actividad se está consolidando	
Posibilidad de crear nuevos productos entorno a diferentes actividades	Falta de diferenciación entre los prestadores de servicios	El producto termal va ganando terreno a escala nacional	El ajuste económico a nivel nacional impacta negativamente en la economía local
Grandes posibilidades para generar programas de estímulo al consumo a partir de un pensamiento estratégico en la comercialización	Capacitación nula o escasa		Escaso movimiento turístico hacia la ciudad
Grandes posibilidades de darse a conocer	Inexistencia de Variables competitivas en productos y precios		
	Demanda local escasa		
	Escasa variedad de productos		
	Temporada alta reducida		
	Inexistencia de estrategias competitivas		
	Altas tasas Municipales		

4.4 Atractivos Turísticos

El relevamiento que a continuación se expone ha sido confeccionado íntegro y exclusivamente para este trabajo.

En la actualidad la Dirección de Turismo de la ciudad de Chajarí, no cuenta con un relevamiento sistemático de sus atractivos que permita su análisis, evaluación y categorización.

Para completar la configuración del Patrimonio Turístico de la ciudad se desarrollará a continuación el relevamiento efectuado en relación a los atractivos turísticos.

4.4.A Cantidad, Clasificación y Localización de los Atractivos.

Los atractivos figuran en forma correlativa y fueron clasificados en categorías, subdividas por tipo, denominación y jurisdicción, para reconocerlos con el nombre y ubicación con que habitualmente son conocidos.

En el relevamiento efectuado se verificaron cuatro atractivos de la categoría de Sitios Naturales, siguiendo un atractivo que responde a la categoría de Museos y manifestaciones culturales e históricas, luego uno que responde a la categoría Folklore y los últimos cuatro son de la categoría Acontecimientos Programados.

Respecto de los primeros, Atractivos Naturales, dado las características de la región, el área de estudio presenta una homogeneidad paisajista que otorga una característica regional a Chajarí y que comparte con el resto de sus municipios vecinos.

4.4.B Jerarquización de los Atractivos Turísticos.

Uno de los objetivos de este trabajo es indagar sobre el real valor turístico de la región en estudio, por ello se asignó una jerarquía a cada uno de los atractivos. Esta jerarquización se efectuó según la metodología para la evaluación del Patrimonio Turístico de CICATUR – OEA, basada en la capacidad de atraer demanda que tiene cada atractivo en forma individual.

Los rangos establecidos varían de uno a dos, siendo la Jerarquía I la de menor valor³⁵.

Este inventario debe ser tomado como una guía, que si bien contiene gran parte de los atractivos de la ciudad en sus distintas categorías, es probable que no este completo, incluso en algunos casos se comenten errores importantes al incorporar atractivos que no son relevantes o nunca se utilizaron para los fines allí marcados.

³⁵ **Atractivos Jerarquía II:** Atractivos cuyo poder de atracción directa es a nivel local o que son capaces de atraer turistas nacionales o internacionales que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones.
Atractivos Jerarquía I: Atractivos de escaso méritos que complementan a otros de mayor jerarquía

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS					
Nro.	Categoría	Tipo	Denominación	Jurisdicción	Jerarquía
1	Sitio Natural	Termas	Complejo Termal Chajarí	Ciudad	II
2	Sitio Natural	Lago	Balneario Camping Ciudad de Chajarí	Lago de Salto Grande	II
3	Sitio Natural	Lago	Balneario Camping Santa Ana	Lago de Salto Grande	II
4	Sitio Natural	Lago	Balneario Drewans	Lago Salto Grande	II
5	Museo y manifestaciones culturales históricas	Museo – Lugar Histórico	Museo Regional “Camila Quiroga”	Ciudad	I
6	Folklore	Manifestación Religiosa	Fiesta del Día de la Virgen de Santa Rosa Patrona de la Ciudad	Ciudad	II
7	Acontecimientos Programados	Ferias y Exposiciones	Exposición Feria Agroganadera Industrial y Comercial	Ruta 14 Km 326	II
8	Acontecimientos Programados	Carnavales	Carnavales	Ciudad	II
9	Acontecimientos Programados	Festejo Local	Fiesta del Salame de Chajarí	Ciudad	II
10	Acontecimientos Programados	Festejo Local	Fiesta Provincial de la Sandía	Municipio de Santa Ana	II
11	Acontecimientos Programados	Ferias y Exposiciones	Festival de LRH 200 Radio Chajarí	Ciudad	I
12	Acontecimientos Programados	Ferias y exposiciones	Expo Velez “Exposición Comercial”	Ciudad	I

4.4.C Análisis de los Atractivos Turísticos.

La clasificación de atractivos que se ha efectuado responde en mayor medida a la aptitud que tienen respecto de la actividad que puede desarrollarse en los mismos, es en esta aptitud donde reside su grado de atraktividad.

La zona no presenta gran variedad de atractivos naturales.

Siguiendo la clasificación que da el Arq. Bullón, dentro de la categoría Sitios Naturales encontramos: Costas, Ríos y arroyos, Planicies, Lugares de observación de flora y fauna y Termas.

El paisaje presenta, como ya se ha dicho, cierta homogeneidad que bien podría inducir a considerar solamente al Lago de Salto Grande como Sitio Natural y afirmar que la región presenta un predominio de atractivos naturales.

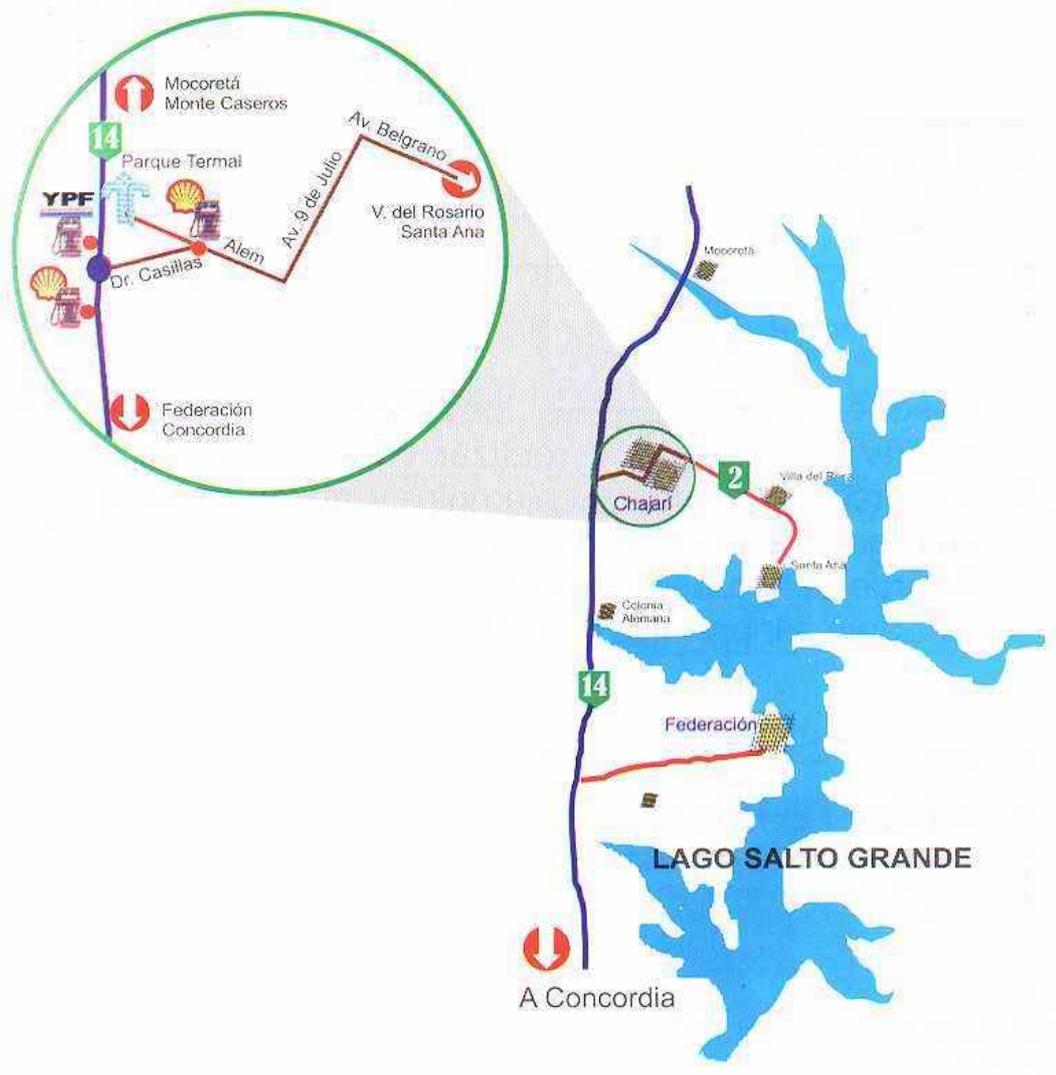
Este o estos atractivos, según se considere, son capaces de atraer turistas en forma individual, debido a las actividades que pueden desarrollarse.

Estas actividades no se encuentran explotadas al máximo y existe una variada gama de posibilidades potenciales para desarrollar en torno al marco natural que propone el Lago de Salto Grande, su fauna y flora.

4.4.D Lago de Salto Grande - Campings

Como ya se ha visto, la accesibilidad de estos atractivos es buena dificultándose la misma solamente por alguna carencia en la red de mantenimiento de algunos caminos internos y las condiciones climáticas.

Imagen nro.: 8 ver disco de imágenes



Fuente: Guía turística de Federación y Chajarí. Enero/Marzo 2003 Año 1 n° 1
Elaboración propia

En general no existe un circuito turístico propiamente dicho que esté en función de las necesidades y conveniencia para el aprovechamiento turístico.

El relevamiento efectuado ha detectado varias posibilidades que ofrecen estos atractivos y que aún se encuentran sin explotar, en su mayoría utilizando la gran ribera que propone el espejo de agua del Lago de Salto Grande.

El lago ha sido categorizado aquí entorno a la actividad que se desarrolla en tres campings que se encuentran sobre su franja costera.

La homogeneidad del paisaje hace que no difieran en cuanto a su entorno natural, de costa de arena fina, bosques de eucaliptos y quintas de cítricos.

La presencia de varios caminos y calles interiores posibilita el acceso a los mismos.

Las principales actividades que se realizan son pesca (recreativa) y campamentismo.

No existen camping libres y agrestes, por cuanto todos los perímetros del lago corresponden a tierras privadas, motivo por el que los camping de Chajarí y Santa Ana son municipales y el Camping Drewans es privado.

El mayor impacto que presenta el medio ambiente es la acción del agua y la actividad de la Represa de Salto Grande en el accionar de sus compuertas, causando problemas de erosión conjuntamente con la presencia de un bivalvo exótico (no autóctono) cuya acumulación puede considerarse ya como plaga.

Respecto a estos, no se registro ningún accionar por parte de las autoridades, pero sí el interés de la comunidad en plantear su preocupación.

En cuanto al Camping Santa Ana, se encuentra muy cercano al municipio que lleva su nombre. Si bien se trata de una pequeña localidad rural enclavada en un marco de quintas, con escasa infraestructura, su entorno natural y tranquilidad la revisten de una cierta potencialidad que permitiría incluirla dentro de un circuito turístico del tipo Turismo Aventura que incluya alguna actividad en sus quintas y lago.

Respecto de las actividades permitidas en el lago, estas se encuentran bajo la vigilancia de Gendarmería Nacional.

Las actividades náuticas se encuentran permitidas, pudiendo desarrollarse la navegación a motor y la navegación a remo.

A pesar de esa circunstancia, el desarrollo de estas actividades es muy bajo, cuando no escaso o nulo.

No se han registrado tampoco indicios de actividad de pesca deportiva en el área de los Camping Chajarí, Santa Ana o Drewans.

4.4.E El campo

Si bien es cierto que en la jerarquización de atractivos no se ha hecho mención a ningún atractivo que contenga esta categoría, debido su fuerte presencia, se lo incorpora al análisis de los mismos.

Es el campo el que posee las quintas, las arroceras, y las estancias más antiguas.

Al igual que Santa Ana, Chajarí también se encuentra enclavada entre quintas. Lo que sucede es que dado su desarrollo y accesibilidad próxima a la RN 14 ha dejado su carácter rural convirtiéndose en un municipio urbano.

Las quintas son sin ninguna duda un atractivo que jerarquiza el paisaje de la zona.

No representan un atractivo turístico que se encuentre explotado y mucho menos que esté en la mira de alguno de sus dueños, por los motivos que ya fueron comentados en otros pasajes de este trabajo.

A pesar de ello, y aún reconociendo el valor de la guarda que sobre sus quintas ejercen sus propietarios, no debe dejarse de lado la importancia potencial que revestiría algún tipo de actividad turística entorno a ellas, aunque ésta fuese mínima.

Por ahora, es necesario hacer mención simplemente a esa potencialidad, para dejar esbozada una futura acción conjunta de concientización y posible desarrollo.

Si el entorno del lago no está jerarquizado en cuanto a su calidad de ambiente natural, paisaje y posibilidad de goce tal cual se encuentra, mucho menos lo está el campo.

4.4.F Las Termas

Las termas de Chajarí se encuentran ubicadas sobre la Ruta Nacional 14 y Avenida Gallay, una de las entradas a la ciudad.

Si bien este tema será retomado en un punto en particular de este trabajo se dejan ya esbozadas algunas aclaraciones respecto de las mismas.

La accesibilidad es buena dependiendo de las condiciones climáticas debido a que el camino de acceso no se encuentra pavimentado.

Están ubicadas en un predio de 40 hectáreas parqueizadas y tienen una antigüedad de dos años aproximadamente.

Forman parte del conjunto de Parques Termales del litoral entrerriano. Sus aguas poseen propiedades terapéuticas, tienen una temperatura de surgencia de 38 a 39 grados centígrados. Su estado de conservación es óptimo dada su corto tiempo que llevan en funcionamiento.

La infraestructura y servicios son muy buenos compuesta por piletas, vestuarios, estacionamiento, proveeduría y seguridad.

Dentro del predio se encuentran en funcionamiento una serie de bungalows que complementa la oferta termal de la ciudad

4.4.G Flora y Fauna

Tampoco han sido destacadas en la jerarquización de atractivos pero dada su potencialidad en la región, se las incorpora al análisis.

Estas representan sin duda un nicho de actividades a investigar y desarrollar, sobre todo en relación a la actividad desplegada en torno al lago ya que bien podrían implementarse circuitos acuáticos de observación de flora y fauna debido a la riquísima población de especies con que cuenta la zona.

Este trabajo no ha indagado en profundidad sobre este tema principalmente por una cuestión de recursos y a que no se ha registrado al momento del relevamiento de datos, actividad alguna en torno a la caza y pesca deportiva.

4.4.H Atractivos Culturales

En cuanto a los atractivos culturales estos actúan como un soporte de la actividad generada a raíz de la existencia de los atractivos naturales.

El interés que despiertan puede calificárselo de regional y son altamente valorados por la comunidad en general, sobre todo aquellos cuya categoría responde al tipo de Acontecimientos Programados como la Exposición

Agroganadera o Feria Rural, la Fiesta de la Patrona de la Ciudad, la Fiesta del Salame y la Fiesta de la Sandía.

Además del valor que representan para la comunidad también poseen un alto grado de participación originado en su raíz cultural.

Idéntico análisis se aplica a los Carnavales, ya que es reconocido el empeño que pone la población local en la organización, desarrollo y participación de este evento.

Los carnavales de Chajarí son reconocidos en la zona de influencia por su calidad y despliegue, y conforman con la oferta termal un producto que revela verdaderas posibilidades de venta.

En cuanto a la participación de la población, los atractivos culturales presentan una mayor jerarquía que los atractivos naturales.

Teniendo esto presente, la potencialidad de desarrollo que revisten se verá reflejada en la capacidad que tengan los operadores turísticos en aprovechar ese alto grado de interés local y traducirlo en acciones concretas para ampliar ese interés y darlo a conocer, introduciendo a estos atractivos en la oferta orientada a la búsqueda de nuevos consumidores.

El Museo Regional “Camila Quiroga” representa para la ciudad una reliquia histórica. Su edificio es una casona antigua construida a fines del siglo XIX, y fue la casa natal de una de las figuras del cine nacional en sus primeras épocas: Camila Quiroga (1891-1948)³⁶.

Si bien la significación de la referencia en el nombre del Museo es casi anecdótica, ya que el conocimiento popular de Camila Quiroga como figura nacional no se encuentra muy extendido, por lo menos entre los habitantes de la propia ciudad, ha sido la causa que dio origen a la puesta en valor del edificio y centrar allí la actividad del Museo Regional.

Funciona desde el año 1978 y surge de la necesidad de no perder completamente los testimonios del pasado regional y como instrumento idóneo para la difusión cultural y promoción de la educación.

No tiene una ubicación céntrica. Se localiza entre las calles Pío XII y Repetto del Barrio Tropezón (nº 5), y es de difícil localización para un visitante

³⁶ Camila Quiroga [disponible desde: URL: <http://www.cinenacional.com/personas/?persona=7521>]

que no conoce la ciudad, por lo que su visita depende del estímulo que se ejerza para conocerlo.

Esta acción depende de la Oficina de Turismo instalada a la entrada de la ciudad y muchas veces no es paralela al esfuerzo que concentra la Comisión del Museo por mantener sus puertas abierta.

Existen programas de visitas guiadas para delegaciones de jubilados, participantes de congresos, estudiantes primarios y secundarios de la ciudad y localidades vecinas durante el período escolar.

Cuenta con siete salas cada una con temáticas diferentes que hacen referencia a la historia del lugar.

El Museo Regional Camila Quiroga a pesar de su escasa promoción y pese a su lejanía del centro de la ciudad también forma parte del Patrimonio Cultural y Turístico de Chajarí.

4.4.I ANALISIS EVALUATIVO³⁷

4.4.J CRITERIOS DE EVALUACIÓN

A continuación se explicitan los criterios que se han tomado para evaluar a los diversos atractivos.

➤ Atractividad

Grado de interés que genera.

Las características de un atractivo y las actividades que en él pueden realizarse, son los elementos que determinan el grado de interés que despierta en los visitantes. Para determinar este grado de interés se tuvo en cuenta aspectos como:

- Características que lo destacan
- Grado de interés que despierta el atractivo sobre el público
- Actividades que pueden realizarse

El grado de interés se calificó en: Bajo, Medio o Alto.

³⁷ Para el desarrollo de este punto se utilizaron fichas bibliográficas aportadas por las asignaturas “Planeamiento Turístico” y “Antropología y Prospectiva del Hombre” correspondiente a los planes de estudio de la carrera Licenciatura en Turismo UAI 2002 . Bullón R. Las actividades turísticas Recreacionales: el hombre como protagonista. 3a. Ed. México Trillas 1990. Planificación del espacio turístico. 3ª. Ed. México. Trillas 1997. Ecoturismo. Sistemas Naturales y Urbanos. 1ª. Ed. “Temas de Turismo” Librerías Turísticas Buenos Aires 1993

➤ **Grado de diferenciación respecto al producto**

Este aspecto es de fundamental importancia a la hora de establecer los lineamientos de acción para el marketing del producto ofrecido ya que brindará elementos para lograr la diferenciación del mismo y su posicionamiento. Se trató de establecer en qué grado y por qué se diferencia la oferta actual de Chajarí y su zona de influencia, respecto a la oferta que brinda el resto de los centros turísticos de la región.

Estaría determinado por tres variables:

- Cantidad
- Calidad
- Rareza u originalidad

La diferenciación se indicó como: Alta, media o baja.

➤ **Aptitud**

Disponibilidad de la infraestructura

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura en el mismo atractivo o en sus alrededores. Esta destinada a evaluar el grado de acondicionamiento con que cuentan los atractivos para su aprovechamiento apropiado. Los elementos a tener en cuenta en cantidad y calidad son:

- Infraestructura para la realización de actividades
- Cartelería
- Servicios básicos
- Servicios de seguridad

➤ **Planta turística**

Al igual que la disponibilidad de infraestructura, permite evaluar el grado de acondicionamiento con que cuentan los atractivos para ser aprovechados. Los elementos a tener en cuenta son:

- Servicios de alojamiento y gastronomía
- Servicios complementarios (ventas de artesanías, kioscos, etc)
- Instalaciones recreativas
- Informes

➤ **Estado de preservación del atractivos**

La preservación de los atractivos naturales y culturales es una condición fundamental para lograr un desarrollo sostenible del turismo. Se entiende por preservación al uso sostenible de los atractivos de manera que garantice su aprovechamiento en el futuro. Para ponderar la preservación de los atractivos se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- Situación actual del atractivo: contaminación de las aguas, limpieza, grado de modificación de su estado natural, intensidad del uso del suelo, deterioro del paisaje. En el caso de los culturales, estaría indicado por el estado de mantenimiento de bienes culturales materiales y autenticidad de los valores culturales
- Organismo públicos y privados involucrados en la preservación
- Problemáticas ambientales

El grado de preservación se midió en Alto, medio o bajo.

➤ **Accesibilidad**

Accesibilidad Física

La accesibilidad física esta determinada por una serie de factores que condicionan la aproximación física al atractivo y por lo tanto su aprovechamiento turístico. Puede variar según la época del año en cuanto a las condiciones climáticas. Los elementos que se tuvieron en cuenta son:

- Distancia desde la ciudad
- Estado de los caminos
- Formas de llegar (en auto, solo a pie, en bicicleta, etc.)

Se midió en grado: Alto, medio, bajo.

➤ **Manejo institucional del atractivo**

El manejo institucional del atractivo está referido fundamentalmente a los actores sociales que intervienen sobre el mismo. Los elementos que se tuvieron en cuenta son:

- Jurisdicción a la que pertenece
- Tenencia de las tierras en áreas de aprovechamiento turístico y zonas de acceso (público o privado)
- Restricciones legales y problemáticas sociales

El manejo institucional del atractivo se midió desde la perspectiva del municipio de la ciudad de Chajarí

- Sin ingerencia del municipio: bajo
- Ingerencia del municipio compartida: medio
- Total ingerencia del municipio: alto

4.4.K Evaluación

Atractivos	Interés que Generan	Grado de Diferenciación	Infraestructura	Planta turística	Preservación	Accesibilidad	Manejo Institucional del atractivo
Balneario Camping Ciudad de Chajarí	Alto	Bajo	Medio	Medio	Bajo	Medio	Alto
Balneario Camping Santa Ana	Medio	Bajo	Medio	Medio	Bajo	Medio	Alto
Balneario Drewans	Medio	Bajo	Medio	Medio	Bajo	Medio	Bajo
Termas	Alto	Medio	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto
Museo Regional	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Medio	Alto
Festividad Religiosa	Alto	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio
Exposición Agroganadera	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio	Bajo
Carnavales	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio	Alto
Fiesta del Salame	Alto	Alto	Medio	Medio	*	Medio	Medio
Fiesta Provincial de la Sandía	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio
Festival de LRH 200 Radio Chajarí	Medio	Bajo	Medio	Medio	Medo	Medio	Bajo
Expo Velez Comercial	Medio	Bajo	Medio	Medio	Medio	Medio	Bajo

*No puede medirse ya que no se registra dato histórico, la primera fiesta se realizó durante el mes de Julio 2003

4.4.1 Consideraciones respecto a los atractivos turísticos.

- Todos los atractivos naturales se encuentran próximos a la ciudad de Chajarí en un radio no mayor de 25 km.
 - El uso de los atractivos naturales, exceptuando las termas se desarrolla durante la temporada de verano
 - No existe una gran variedad de atractivos naturales
 - La accesibilidad es buena y depende de las condiciones climáticas

- Hay impacto ambiental sobre los atractivos pero en su mayor parte es debida a la acción de factores externos al turismo
 - El entorno del lago y el entorno del campo como factores de explotación turística no se encuentran jerarquizados
 - La actividad de los atractivos que se encuentran ubicado en el Lago de Salto grande es de tipo recreativa en relación al campamentismo y a la pesca recreativa
 - Las aguas son aptas para bañarse y son así utilizadas en el período comprendido entre el mes de noviembre al mes de marzo
 - Los servicios que se ofrecen son los básicos excepto los localizados en el Balneario de Chajarí y en el Parque Termal, en donde la fuerte intervención municipal tiene interés en la explotación intensiva de estos atractivos
 - No existen camping libres y agrestes
 - Las termas están bien jerarquizadas dentro de la oferta turística de la ciudad
 - Su grado de conservación es óptimo y presentan mayor desarrollo que el resto de los atractivos
 - Las quintas, las arroceras y las estancias más antiguas conforman en conjunto un atractivo turístico
 - Los atractivos culturales son altamente valorados por la comunidad
 - Tienen un alto grado de participación originados en su raíz cultural
 - Poseen mayor jerarquía que los atractivos naturales
 - El Museo presenta una escasa promoción

A. Fuerzas y Debilidades de los atractivos

- Toda la ribera del lago presenta grandes posibilidades de desarrollo si se la vincula a la flora y fauna de la zona, en la creación de nuevos productos
 - La localidad de Santa Ana reviste una cierta potencialidad para incluirla dentro de un circuito turístico del tipo turismo aventura

- Las actividades náuticas en torno al lago representan una verdadera potencialidad a desarrollar
- El campo es un atractivo turístico que no se encuentre explotado y reviste una importancia potencial en su desarrollo que depende principalmente de la concientización que se efectúe sobre los operadores turístico y los dueños de la tierra.
- La actividad termal se encuentra en pleno auge y representa a un producto con un alto valor dentro de la oferta de la ciudad
- Los atractivos culturales están altamente valorados
- Revestirían una mayor potencialidad si los operadores turísticos extendiesen el valor que les otorga la comunidad a otras plazas del mercado
- La accesibilidad a los atractivos naturales está supeditada a las condiciones climáticas.
- No se encuentran explotadas todas las actividades en torno a los atractivos naturales

4.5 Productos turísticos

Tal como sucede con los atractivos, los productos turísticos que Chajarí ofrece al visitante no se encuentran definidos por lo menos desde la Dirección de Turismo que fue la encargada de informar sobre este aspecto.

El perfil del producto turístico aún no se encuentra definido, pero sí se maneja un concepto vinculado a “macroproductos” tales como:

TURISMO INDUSTRIAL

TURISMO RURAL

TURISMO TERMAL

TURISMO CULTURAL

Si bien esta categorización puede parecer arbitraria, sobre todo la que hace referencia al turismo industrial, dada la amplitud de este concepto, se puede unificar un criterio de categorización de los diferentes productos vinculándolos al espacio turístico donde se encuentran los atractivos, la categoría de servicios que se ofrecen y las actividades que pueden desarrollarse.

En tal sentido el esquema que este trabajo utilizó para el análisis de los productos fue el siguiente:

- Turismo de Naturaleza: Que permite el disfrute de la naturaleza en todas sus formas.
- Turismo Termal: El que se desarrolla entorno al Parque Termal
- Turismo Rural: El que se desarrolla en el ambiente rural de una Estancia
- Turismo Cultural: El que propone actividades programadas en torno al Carnaval, Exposiciones, Eventos y Museo.

Aclarados dichos conceptos se individualizan cuatro productos turísticos que Chajarí ofrece al visitante.

Ellos son:

- Camping y Playa
- Termas
- Estancias
- Carnavales y Eventos

4.5.A Camping y Playa.

Conforma junto con las termas el binomio de productos principales de la ciudad.

Este producto gira en torno a su atractivo que es el lago.

Su promoción esta basada fundamentalmente en la exaltación de su principal atracción que es el lago Salto Grande en donde se destacan las bondades del lugar como la tranquilidad, naturaleza y el confort de los servicios.

Ya ha sido desarrollado anteriormente en cuanto a su calidad paisajística, servicios e instalaciones.

El periodo de uso se da especialmente entre los meses de noviembre a marzo.

Principal Fuerza: Alto potencial de desarrollo si se lo vincula a las actividades náuticas y a su flora y fauna

Principal debilidad: El equipamiento y las instalaciones presenta serias deficiencias y no tiene una gran diferenciación con el resto de los camping vecinos.

4.5.B Termas

Conforman el producto más relevante y sobre el que se ejerce la mayor atención para desarrollar. (Ver punto 5.6. Parque Termal de Chajarí)

Encabeza cada uno de los folletos de promoción de la ciudad y la idea es introducirse en el mercado vinculando a Chajarí con sus Termas, en una imagen de naturaleza, salud y tranquilidad.

Dadas sus características propias es el producto que más definición posee en cuanto a su utilidad, función, necesidad, satisfacción y motivación.

El mix de oferta³⁸ se realiza en forma conjunta con las demás comunidades termales del Corredor del Río Uruguay.

Es el producto que más integración presenta en cuanto a los servicios que se ofrecen.

En cuanto a su ciclo de vida se encuentra superando las metas propias de la etapa de introducción de producto, dada su reciente inauguración y fuerte competencia.

Principal Fuerza: Producto Nuevo con buenas características en cuanto a su necesidad, grado de satisfacción y excelente motivación

Principal Debilidad: Fuerte competencia de otras plazas ya posicionadas en el mercado

4.5.C Estancias

Este producto ha sido jerarquizado desde la Secretaría de la Provincia de Entre Ríos. Se han individualizado 28 establecimientos rurales en toda la provincia. Cuenta con un folleto de promoción institucional propio.

Chajarí posee en su zona rural dos estancias que en forma privada promocionan sus servicios.

Son dos establecimiento que aparentemente no se encuentran registrados en el inventario que ofrece la Provincia para la promoción del Turismo Rural.

³⁸ Bullón R. Marketing Turístico Una perspectiva desde la Planificación. 1ª. Ed. Buenos Aires: Librerías Turísticas. 1998

Cada uno de ellos posee características distintas en virtud al origen que han tenido.

La Estancia “Santa Clara” data de 1840 es propiedad una familia de origen británico. Esta ubicada a 30 Km. de Chajarí hacia el oeste, tomando la Ruta 2 que va hacia Los Conquistadores. Tiene una extensión de 2.700 hectáreas y se encuentra actualmente en funcionamiento como establecimiento rural para la cría de ganado.

Está ambientada de acuerdo al estilo de sus dueños con muebles y vajilla inglesas, exposición de armas y vestuario antiguo.

En cuanto al servicio de alojamiento y gastronómico las reservas son limitadas y posee un menú de comidas criollas e inglesas.

Las actividades están programadas para los visitantes, proponiéndose compartir una jornada de actividad con los propietarios y peones del establecimiento (ordeño, junta de hacienda, etc.). Además de las clásicas cabalgatas, paseos en sulky, o participar de una fiesta criolla.

La Promoción de este producto se encuentra a cargo exclusivamente de los propietarios del lugar.

No se localizo ningún folleto promocional al momento del relevamiento de datos y la información pertenece a la Dirección de Turismo de la Ciudad.

La Estancia “La Barra” es un producto de diferentes características que el anterior en cuanto a su origen. Fue el paraje de una cultura indígena y desde 1839 integró el grupo de “Estancias del Estado” que dirigía el gobernador Urquiza. Desde los primeros años del Siglo XX está en manos de la familia que dirige el establecimiento. Está ubicada a 20 km. de Chajarí en la desembocadura del Río Mocoetá en el Río Uruguay.

Cuenta con tres habitaciones muy sencillas y una amplia cocina comedor con muebles antiguos. Tiene la particularidad que todavía conserva en forma muy escasa la antigua cerámica de la fábrica de Guichard y Perre de Freres de Marsella, que era importada por el gobernador Urquiza.

Ofrece servicio de alojamiento con capacidad para ocho personas y servicio de gastronomía con la atención de sus propios dueños y un menú criollo con vino y postre artesanal.

Las actividades no están programadas pero se sugieren el goce del campo, caminatas, cabalgatas, safaris fotográficos, paseos en sulky, lancha y pesca por los ríos que rodean el establecimiento.

La promoción está a cargo de los propietarios de la estancia y existe un folleto promocional que está a disposición del turista en la Oficina de Turismo de la ciudad.

Principal Fuerza: El producto posibilita una variedad de actividades y dadas sus características propias representa un alto potencial en el grado de satisfacción y motivación.

Principal debilidad: Es un producto que en la zona no es cuantitativamente importante, posee escasa promoción y para el visitante que no conoce el lugar, los folletos son precarios y no indican cómo llegar al establecimiento.

4.5.D Carnavales y Eventos

Es un producto que forma parte de la categoría de Turismo Cultural.

En el cuadro de Atractivos Turísticos se han identificado varios eventos, pero como se encuentran bajo la orbita del manejo institucional con una fuerte intervención de la Municipalidad a través de la Dirección de Turismo, solamente se han registrado la promoción de dos de ellos:

El Carnaval

Se realiza durante el mes de febrero y data del año 1998

Fiesta Provincial de la Citricultura

Se lleva durante el mes de noviembre. Es de vital importancia para los productores de la zona y empacadores de fruta.

Existen otros eventos que se promocionan en forma privada tales como

Feria Franca: Organizada por artesanos de la región en el predio que ocupaba la estación del ferrocarril

Fiesta del Salame de Chajarí: Se realiza por primera vez durante el mes de julio de este año, y se trata de un emprendimiento de los productores de embutidos y chacinados regionales, en colaboración con el municipio y el gobierno provincial. Se pretende dar a esta fiesta carácter de provincial y ha sido declarado de interés provincial y legislativo

Feria Agroganadera: Reviste un alto interés para la comunidad y es un emprendimiento de los productores agroganadero.

Desde las características que revisten el producto Carnavales y Eventos se destaca el alto grado de satisfacción y motivación.

Principal Fuerza: Los productos culturales están altamente valorados por la población local, presentan un alto grado de satisfacción y son un foco de atracción de demanda significativamente importante.

Principal debilidad: Poseen un escaso apoyo en cuanto a infraestructura y dependen en gran medida de las condiciones climáticas. La promoción de los mismos es escasa en relación al grado de atracción que revisen.

4.5.1 Comunicación y promoción de servicios

Si se parte del concepto básico de mercadotecnia que enseña que la comunicación desempeña un papel clave en el posicionamiento de un producto en el mercado, de la mano de tres elementos esenciales como: informar, persuadir y recordar, del relevamiento efectuado en la ciudad de Chajarí, rápidamente se puede concluir que actualmente no existe una política de comunicación y promoción de servicios turísticos.

Si bien es cierto que el Parque Termal forma parte del producto “Termas de Entre Ríos”, éste se encuentra fuertemente promocionado desde el grupo “Comunidades Termales” con el apoyo de la Secretaría de Turismo de la Provincia, a nivel local la promoción se ve desmerecida en cuanto a organización por la falta de un plan de marketing organizado y controlado en tal sentido.

Tal vez esto se deba a la falta de un presupuesto definido para el sector turístico y la fuerte centralización en la toma de decisiones por parte del propio presidente municipal en cuanto a aspectos turísticos.

La Dirección de Turismo al no poseer un presupuesto para su actividad depende siempre de la última palabra del intendente para la confección por ejemplo de un folleto.

Asimismo cada municipio aporta su parte para efectuar la promoción en forma conjunta con las otras comunidades termales.

En cuanto a folletería, existen tres tipos de folletos:

El folleto institucional de la Secretaria de Turismo de la Provincia

El folleto institucional del Municipio

Folletos privados

El primero se encuentra certificado por la Sociedad Latinoamericana de Termalismo que avala la actividad termal en la región

El folleto del municipio es concebido íntegramente desde la Dirección de Turismo municipal y sin apoyo o asesoramiento técnico en cuanto a mercadotecnia, diseño gráfico, etc.

5. La actividad termal o termalismo

Previo al tratamiento de la actividad turística termal en la ciudad, se consideró oportuno indagar acerca de la historia del agua, su función social y los antecedentes históricos del baño termal, como asimismo revisar los antecedentes de localización del recurso termal en la región del litoral argentino uruguayo.

Posteriormente se efectuaron precisiones respecto de tal actividad en su faz científica basadas en las diferentes ponencias efectuadas en las Jornadas sobre Recursos Termales como Oferta Turística y que fueran publicadas por el Consejo Federal de Inversiones durante el mes de agosto del año 2000.

Esto permitió dimensionar el real significado del recurso termal en nuestros días, disipar dudas acerca del mismo y posibilitó la comprensión del carácter termolúdico que representan las termas entrerrianas en la actualidad y su búsqueda por encontrar el camino hacia la explotación de la misma dentro del concepto de Turismo Salud.

Más adelante se desarrolló entonces, la actividad termal de la Ciudad de Chajarí.

Se concluye con la referencia al medio ambiente inmerso en la actividad termal de la mano de la caracterización del Acuífero Guaraní de cuya reserva hace uso la actividad termal en la región.

5.1 Breve historia del agua, su función social y antecedentes históricos del baño termal³⁹

El uso del agua desde la antigüedad se encuentra asociado con prácticas, en especial a los ritos de purificación. Estas prácticas todavía son importantes en las religiones musulmanas.

Numerosas civilizaciones han considerado el aseo personal como un práctica saludable y placentera, sobre todo las culturas clásicas –griega y romana-, y esta tradición se ha transmitido a lo largo del tiempo a otras culturas, hasta llegar al mundo moderno occidental; además, puede servir como medio relación social y prueba de ellos es la práctica común en zonas como Escandinava, Turquía o Japón.

Las estancias más antiguas dedicadas exclusivamente al baño halladas hasta el momento, son de la ciudad india de Mohenjo-Daro, cuya fecha es anterior al 2000 a.C. También han aparecido instalaciones de este tipo en el palacio de Cnosos en la isla griega de Creta (1700 –1400 a.C.) y en la ciudad real de Egipto (1350 a.C.).

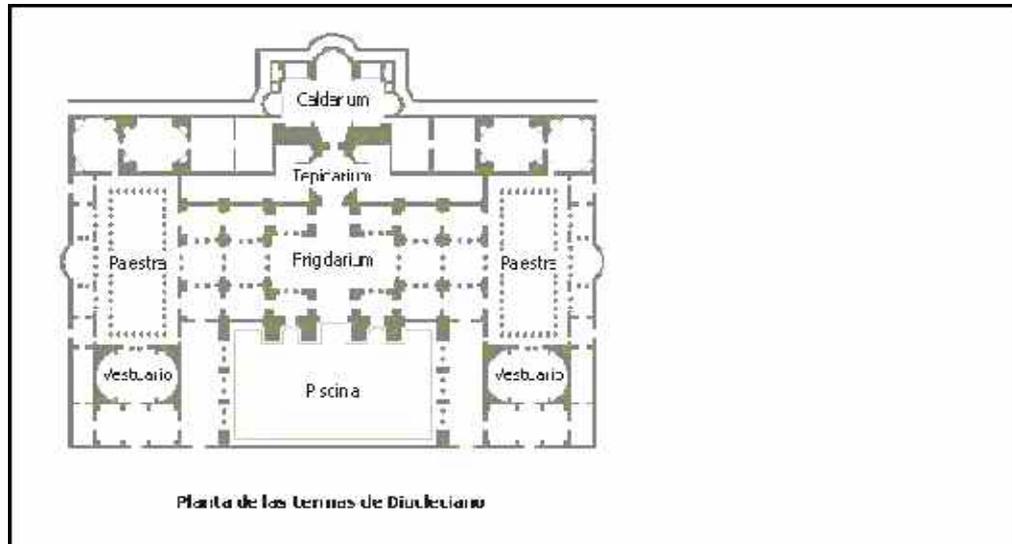
Las termas primitivas eran tan sólo dependencias de los gimnasios y solamente disponían de agua fría, pero hacia finales del siglo V a.C. se empiezan a convertir en complejas instalaciones independientes, situadas por toda la ciudad, que ofrecen baños de vapor y piscina (alberca) mixta de agua caliente, templada y fría. En Grecia y Roma el baño se convertía a menudo en un complicado ritual de cuidados corporales, que incluía la práctica de ejercicios, masajes con aceites especiales, una sucesión de baños a diferentes temperaturas, limpieza a fondo del aceite y el sudor de la piel y al final un nuevo ungimiento con cremas.

Las termas romanas más antiguas que se han conservado hasta nuestros días son las de Stabiano en Pompeya construidas hacia el siglo segundo antes de Cristo. Su disposición es similar al resto de las que se conservan por todo el Imperio Romano. Alrededor de un patio central, llamado “palestra”, donde se puede practicar ejercicio, se encuentra el “apodyterium” vestuario; el “caldarium” o habitación que contiene el “alveus”, que es la piscina

³⁹ Elaborado a partir de: [<http://www.erres.org.uy/di0192.htm>]; UNESCO. Historia del Agua. El Correo de la UNESCO. 1979 Agosto-Septiembre; Año XXXII.; [<http://www.allbritannica.com>].

(alberca) de agua caliente; el “laconicum” o baño de vapor; el “tepidarium” o piscina de agua templada, y el “frigidarium” o piscina fría.

Imagen nro.: 9 ver disco de imágenes



En algunas ocasiones todas estas instalaciones se duplican a un tamaño más reducido para las mujeres. El agua se traía desde la fuentes mediante acueductos. Para calentar el interior de todas las estancias se utilizaban una serie de conductos de agua caliente bajo los suelos, que se cubrían con mosaicos decorativos. Durante el período imperial, entre los siglos I y IV se construyeron en Roma numerosos baños públicos entre los que se destacan las termas de Caracalla y Diocleciano. De las primeras se conservan importantes ruinas, mientras que el “tepidarium” de las segundas fue reformado por Miguel Ángel y se convirtió en la Iglesia de Santa María de los Ángeles. Estos grandes complejos no solo contaban con los elementos tradicionales sino que además contenían biblioteca, sala de lectura, gimnasio, tiendas, jardines y otras instalaciones.

Las termas públicas romanas también respondían a una función social y política.

Ya entrada la Edad Media, la Iglesia Cristiana generó el mito que las termas romanas fueran un lugar de perversión. En la Europa septentrional de clima frío se llegó a considerar la excesiva limpieza como algo insano, además de un acto propio de la frivolidad más reprochable. La mayoría de las ciudades

medievales no poseían agua corriente ni alcantarillado. El aseo personal por tanto, se convirtió en algo poco frecuente para la mayor parte de la población.

En Escandinavia, en donde no llegó la romanización y el cristianismo tardó en imponerse, se generalizaron una especie de baños de vapor. Para ello cada hogar contaba con una instalación llamada “sauna”, que consistía en una habitación de madera con un banco a lo largo de las paredes. Se combinaba este baño de agua caliente con otro de agua con agua helada para activar la circulación sanguínea.

En el sur de Europa la invasión musulmana añadió a las razones higienicas y sociales otras de tipo religioso, que sirvieron para continuar con la tradición clásica. Todas las ciudades importantes tuvieron al menos un baño público. Entre los baños de la época islámica española cabe destacar el baño real del Palacio de la Alhambra en Granada.

También en Japón existe una costumbre milenaria con respecto al aseo. La limpieza allí es un acto íntimo. Los establecimientos públicos se suelen situar en unas fuentes de aguas termales o medicinales, donde se socializa con otras familias. Esta costumbre aún se mantiene en el Japón actual.

En los siglos XVIII y XIX debido a la recuperación de la cultura clásica se generalizó la costumbre higienista de tomar baños en las fuentes medicinales. Para ello, las clases acomodadas viajaban unas semanas al año a los lugares de moda, como Bath en Inglaterra, Vichy en Francia, Baden-Baden en Alemania, Saratoga Spring en Estados Unidos o La Toja en España. Los balnearios se convirtieron en centro turísticos que además de las fuentes termales ofrecían hoteles de lujo, tiendas, salas de concierto o casinos.

A finales del siglo XIX algunas casas de la clase alta ya disponían de cuarto de baños con agua corrientes y bañeras de madera, cobre o hierro; mientras tanto el resto de la población acudía a los baños públicos construidos por los ayuntamientos.

5.2 El termalismo en su faz científica y técnica⁴⁰

Desde la aparición del primer hombre sobre la tierra, el agua ha sido el producto que mayor demanda ha tenido. Sin embargo, a todo lo largo de la historia nunca existió una preocupación por saber como utilizarla de una forma racional y con óptimo aprovechamiento.

Cuando se habla del uso racional y sobre bases científicas de los recursos termales, no se está otorgando una categoría extraordinaria a dichos recursos, ya que, cuando se va a explotar un yacimiento de petróleo o se va a sembrar un campo, esto requiere de investigaciones previas para conocer cuánto tiempo se puede explotar ese yacimiento o ese terreno; qué características tienen el yacimiento o el terreno para saber a qué se pueden destinar, etcétera. Es decir, se crea un producto.

En América la explotación de los recursos termales se ha realizado de una forma espontánea, sobre bases empíricas. Estas experiencias empíricas se han ido transmitiendo de generación en generación hasta llegar a nuestros días en donde se da un uso comercial a estos recursos

Muchas veces las instalaciones populares, en muchos casos, se construyen cerca o encima de las fuentes, constituyéndose en verdaderos focos potenciales de contaminación de tales fuentes sin tener en cuenta dos aspectos muy importantes que son:

- El agua es buena para la salud siempre que ella misma esté “bien de salud”; es decir, que no presente ningún tipo de contaminación.
- El agua puede aliviar a los demás, pero no puede “curarse” a sí misma; es decir una vez contaminada, le corresponde al hombre el proceso de descontaminación.

Otro problema que se suscita con la explotación irracional del agua, es el de la sobreexplotación, debido a la ausencia de las investigaciones pertinentes respecto a las fuentes o yacimientos, lo cual acarrea como consecuencia la succión de aguas de otros horizontes acuíferos que, de alguna forma, están en contacto con el que interesa pero sin llegar a interactuar porque se mantenía el equilibrio. Pueden impactar en dos formas:

⁴⁰ Elaborado a partir de las ponencias: Leon Hernández, M. L. Julio 2001; Moreno Cao, A.M. Julio 2001; Romero Sánchez, J. Julio 2001: efectuadas durante las Jornadas sobre recursos termales como oferta Turística; Consejo Federal de Inversiones. 31 de Agosto de 2000

1. Cambiando sus propiedades físico-químicas, lo que significa que puede perder las cualidades de agua “buena”.
2. Cambiando sus propiedades bacteriológicas, pues los otros acuíferos pueden ser focos de contaminación.

Entonces es necesario tener presente que para desarrollar un negocio a través del recurso termal debe tomarse en cuenta en primera instancia la forma de llevarlo a cabo.

Es necesario caracterizar las fuentes de interés (aguas y lodos), ya que ninguna debe ser utilizada sin que se conozcan, con una estricta rigurosidad científica, sus posibles usos y aplicaciones.

Las ponencias aquí indagadas pusieron de ejemplo a las explotaciones de Montecatini en Italia, Vichy en Francia y Termas de Río Hondo en Argentina, como ejemplo evidente de lo que el uso racional de los recursos termales puede aportar en beneficio de la comunidad, tanto respecto a la salud, como a la vida social y a la economía.

El desarrollo del Termalismo, produce entre otros, los siguientes efectos en la sociedad:

- El incremento del conocimiento del ser humano, al verse obligado a estudiar estos recursos naturales para lograr un mejor y más racional aprovechamiento de los mismos
- Representa una fuente de salud, siempre que los recursos se utilicen como la base científica adecuada.
- La explotación de estos recursos no tiene efectos nocivos sobre la sociedad y la naturaleza, sino por el contrario, es la sociedad la que pudiera influir sobre el recurso, básicamente si se efectúa un uso indiscriminado que lleve a la falta de protección de los acuíferos provocando la contaminación del recurso.

Los beneficios económicos que se generan a partir del desarrollo del Termalismo pueden ser visto desde el área privada como desde el área pública.

Para el área privada la construcción de un centro termal tiene un monto de inversión similar al de un hotel de equivalente categoría a ese centro.

Para el área estatal los beneficios se ubican desde el sector de la salud ya que representan un avance en técnicas de asistencia hospitalaria, de rehabilitación, de tratamientos reduciendo los tiempos de rehabilitación, aplicación de los recursos termales para las diferentes patologías.

Asimismo, el beneficio en el área estatal amplía la utilización de los recursos termales que, hasta el momento, son empleados solamente con fines recreativos, en este trabajo denominado “termoludismo” o se pierden en un vertimiento constante.

Si se profundiza en estos beneficios es posible alcanzar un alto grado de diversificación del producto termal logrando dotar a las diferentes localidades y al país en general, de su propia agua envasada, sin tener que recurrir a las importaciones.

Por último y ya más cercano a la indagación en el trabajo aquí realizado, el beneficio del recurso termal potencia la zona de explotación turísticamente, creando una fuente de ingresos y de empleo para los pobladores de las localidades poseedoras de recursos termales.

5.3 La captación

La captación del recurso y su protección son procesos netamente técnicos y complejos que están caracterizados por estudios hidrogeológicos, geológicos y geofísicos profundos. Ambos implican una tarea no menos importante y difícil de controlar como es la actitud y protagonismo del hombre en la preservación del medio ambiente y la protección de los recursos naturales.

Una vez determinada la existencia de un agua de interés para su explotación con fines sociales o comerciales que requiere de un proceso complejo precedido de estudios técnicos científicos se procede a asegurar el captado óptimo del acuífero (roca o formación de rocas capaz de almacenar y transmitir agua) confinado (entre las rocas impermeables que no son capaces de almacenar ni transmitir agua) objeto de la futura explotación. Este proceso conforma un conjunto de procedimientos lógicamente ordenados que permite recoger el agua con un máximo caudal, evitando la variabilidad de los parámetros químico-físicos, la mezcla con otros horizontes acuíferos y contaminaciones químicas y/o biológicas. Todo ello en condiciones que

ofrezcan mayor seguridad, economía y comodidad para las inversiones a realizarse.

En el proceso de máxima seguridad del captado las características químico – físicas y biológicas del agua no pueden sufrir alteración, por ello el captado debe garantizar:

- Protección al máximo del recorrido del curso del agua, desde el acuífero hasta la instalación de explotación o utilización.
- Aislamiento al máximo de la zona en donde se encuentran las instalaciones superiores de la perforación para evitar mezclas indeseables dentro de la columna del pozo.

En cuanto a la técnica del captado, la utilizada en Chajarí, ha sido la que se realiza mediante la construcción de un pozo por perforación vertical, que pone en comunicación directa al acuífero confinado con la superficie, a través de tuberías de perforación o camisas (ciegas y de filtros) y del sistema de bombeo para la extracción del agua. Una vez que se concluye la perforación del pozo y encamisado, se procede a su preparación, con el objetivo de que el acuífero descargue con facilidad.

5.4 El agua Termal: tipo de recurso.

Actualmente en muchos países del mundo, fundamentalmente en los desarrollados de Europa, se están empleando una gama de aguas minerales subterráneas y de peloides (del griego pelos = fango, barro) o lodos de diversos orígenes y composición físico-químicas y microbiológicas para:

- Usos terapéuticos
- Cosméticos, dermocosméticos y parafarmaceúticos
- Envasado industrial
- Materia prima para elaborar productos
- Como aditivo industrial y,
- Otros

Las aguas y lodos terapéuticos se emplean ampliamente en la Balneología Moderna de esos países para tratamientos de enfermedades, del sistema cerebro vascular – respiratorio, de los órganos digestivos,

ginecológicos, de la piel, y como base del desarrollo turístico y del Turismo de Salud.

El uso de las aguas minerales y fangos de variada composición físico-química sobre las cuales no existen investigaciones fisiológicas, farmacológicas y clínicas previas, hace necesario que se realice una evaluación exacta y precisa de la composición química de estos recursos, así como, que se establezcan determinados criterios y parámetros clasificatorios para esa caracterización físico – química con el objetivo de definir los usos más probables de estos recursos.

El agua en la naturaleza está en un continuo movimiento de tipo cíclico: de fuentes y depósitos superficiales a la atmósfera y de estos nuevamente a la tierra.

La precipitación en forma de lluvia o nieve, una parte se evapora, otra va a la superficie del suelo hasta alcanzar de nuevo las fuentes y depósitos superficiales y otra se infiltra en el terreno, constituyendo la alimentación de los acuíferos subterráneos.

El agua se infiltra a través de los poros, grietas y otras formaciones del terreno hasta alcanzar una capa impermeable, constituyendo o formando, de esta manera aguas subterráneas o acuíferos.

El agua subterránea va interactuando con las rocas hidrocontendedoras y se van incorporando mediante proceso de dilución, sales y compuestos minerales, aniones y cationes que le dan al agua su calidad físico – química base o natural, según sea la composición de los materiales del subsuelo que atraviesa y de esta manera, se van formando las aguas minerales a diferentes profundidades. Los componentes mayoritarios como son el calcio, el magnesio, el sodio, los bicarbonatos, etcétera son normalmente más abundantes en el agua que los componentes minoritarios como el litio, el hierro, el manganeso y el bromo, entre otros.

Entre los diferentes tipos de recursos naturales termales se encuentran:

- Aguas minerales naturales
- Aguas mineromedicinales
- Lodos o peloides
- Macro y microalgas

De esta clasificación el tipo de agua que surge de los pozos termales entrerrianos y de casi todos los centros de la zona, y que pertenecen al mismo acuífero son las Aguas mineromedicinales.

Este recurso se encuentra contenido en estratos acuíferos subterráneos, que se diferencia claramente del agua de consumo normal por: sus componentes minerales, su grado de mineralización, la presencia de determinados oligoelementos, la estabilidad de su composición físico-química y caudal, así como por su pureza bacteriológica original.

Por su composición y características propias, puede ser utilizada con fines terapéuticos en base a sus propiedades curativas demostradas por analogía o similares tipos de aguas existentes, por experiencia mediante ensayos clínicos y además puede conservar, después de ser envasada, sus efectos beneficiosos para la salud humana.

Las agua mineromedicinales se emplean, básicamente, para baños, mediante los tratamientos balneoterapéuticos, aunque también son utilizadas como bebidas por el llamado "tratamiento hidropínico".

Para la desarrollar la prestación del servicio y conformación del equipamiento se debe conocer el o los tipos de agua minero medicinal a utilizar, sus propiedades, valor terapéutico y la experiencia médica probada conjuntamente con su acción corrosiva.

Es este tipo de clasificación que se efectúa en los establecimientos termales para su explotación.

Las aguas se dividen en catorce grupos:

Aguas carbónicas*

Aguas sulfhídricas

Aguas radioactivas radónicas*

Aguas bromo-yódicas, brómicas y yódicas*

Aguas ferruginosas*

Aguas arsenicales, polimetálicas

Aguas silíceas

Aguas fluoruradas

Aguas cloruradas*

Aguas hidrocarbonotadas*

Aguas cálcicas

Aguas magnésicas

Aguas sulfatadas*

*Estas propiedades se encuentran en el agua termal de los centros del litoral entrerriano.

Son muchos y variados los productos que se pueden obtener a partir de los recursos naturales termales.

Para este trabajo específico, pueden mencionarse los que se desarrollan a partir de las aguas mineromedicinales, además de la ya indicada balneoterapia para salud y recreación, son:

Aguas envasadas (consideradas alimentos)

Agua envasada como fármaco

Cosméticos

Dermocosméticos

5.5 Los centros termales

A los fines de poder crear un producto específico, y ante la ausencia de una terminología única aceptada para nombrar a los centros que utilizan los diferentes recursos termales en la actualidad se denomina “Turismo de Salud” al desarrollo de la actividad que se produce como consecuencia de tales centros.

En este trabajo se ha considerado que la actividad desplegada en torno a los centros termales, por lo menos en la Ciudad de Chajarí, corresponde al tipo de actividades recreativas, por tal motivo, se ha escogido la denominación de “Termoludismo” para indicarlas.

El Turismo Salud estaría representado en esta indagación como un objetivo a alcanzar, tal como se verá en el punto 6 de este trabajo.

Las características del agua y sus propiedades determina el tipo de centro termal que debe establecerse para la explotación del recurso. Asimismo para cada tipo de centro se desarrolla un producto específico que se refleja básicamente en la arquitectura de las instalaciones y en los servicios que se ofrecen, determinándose así una imagen de comercialización.

En el siguiente cuadro se clasifican los tipos de centros, con sus recursos, sus productos específicos y los servicios básico que se ofrecen:

TIPOS DE CENTROS	RECURSOS	PRODUCTOS ESPECIFICOS	SERVICIOS BASICO
Centros Termales (Termas) Balnearios, Hoteles termales, Centros de Salud, Centros Termolúdicos	Aguas mineromedicinales. Temperatura natural de las aguas o calor	Termoludismo Turismo de Salud	Balneoterapia: piscinas colectivas Balneoterapia: bañeras individuales, colectivas o piscinas
Talasoterapia	Agua de mar	Turismo Salud y vacaciones de salud	Balneoterapia: bañeras individuales, colectivas o piscinas
Centros SPA (salute per Aqua o por el nombre de una ciudad de Bélgica que tiene manantiales)	Aguas potables, aguas minerales, artificiales, cosmética y belleza	Vacaciones de salud	Tratamiento de belleza (cosmiatría), antiestrés, obesidad, yoga, sauna y baños de vapor
Centros combinados (Termales- Talaso, SPA – Termal, etc.)	Mixtos	Mixtos, la mejor opción	Salud+relax+cosmiatria+descanso

El equipo que se utiliza para llevar adelante la actividad por lo menos en los centros de la Provincia de Entre Ríos de acuerdo las consultas efectuadas para realizar el presente informe son:

- Piscinas individuales
- Piscinas colectivas
- Bañeras con masajes subacuáticos
- Duchas jet (de chorro)
- Saunas
- Jaguzzi
- Mani-Pediluvios
- Camillas para masajes

Antes de pasar al desarrollo del Parque Termal de Chajarí en su faz turística, cabe hacer una referencia a la protección que debe disponerse en torno a los recursos termales y cuyo empleo no fue identificado en la tarea de campo como una practica regular, motivo por el cual se lo deja aquí planteado ya que las “ausencias” también configuran una parte de las realidades y acciones que a lo largo de este trabajo se han venido definiendo.

Una practica mundial, es la de declarar a los manantiales de aguas mineromedicinales como de utilidad pública o de uso social, por parte de los gobiernos, por lo que están sometidos a legislaciones sanitarias, extendiéndose también al derecho de propiedad que obliga al propietario a proteger estas fuentes de aguas de toda posible alteración y en particular de toda contaminación por encima y por debajo del acuífero que produce la fuente de agua.

Estas medidas constituyen el establecimiento de los Perímetros de Protección Sanitaria (PPS)⁴¹

Estos perímetros se proyectan para limitar de una forma total o parcial, según las condiciones reales, la posible entrada de sustancias contaminantes dentro de las áreas de influencia de una fuente.

Se determinan tres Zonas de Protección Sanitarias (ZPS):

- Zona I o de régimen estricto: para impedir la contaminación directa en las áreas más próximas a la fuente y dentro del perímetro que la encierra. Solamente pueden acceder el personal de mantenimiento y donde sólo se pueden practicar actividades propias de la captación del agua y obras constructivas que protejan la fuente de las inclemencias del tiempo.
- Zona II o de limitaciones especiales: relacionada principalmente con la contaminación química o microbiológica. En esta zona se evitarán las labores agrícolas, crianza vacuna, instalaciones industriales. El objetivo es impedir la llegada a la fuente de contaminantes provenientes de actividades hechas por el hombre.
- Zona III de limitaciones moderadas: abarca toda la cuenca hidrogeológica.

5.6 Parque Termal de Chajarí

Los antecedentes de termalismo en la región uruguaya argentina comienzan en la década del cuarenta cuando se realizaron perforaciones en el norte del litoral uruguayo en la búsqueda de petróleo, realizado por el Instituto

⁴¹ Cervantes González, P. Es miembro del Centro Nacional de Termalismo “Victor Santamarina” Ministerio de Salud Pública. Cuba

Geológico del Uruguay⁴², en donde se practicaron pozos de relativa profundidad sin resultados positivos. No obstante, se encontraron surgentes de aguas calientes que, estudiadas, se determinó que poseía buena calidad por su contenido de sales minerales disueltas y determinada ionización. Con el tiempo, los lugares donde se encontró el agua termal, comenzaron a ser explotados con fines medicinales dotándolos de infraestructura. Hoy día, el fenómeno del turismo le ha otorgado al uso de las termas una profesionalidad tal, que son destino de importantes corrientes de visitantes.

En la región, los primeros lugares donde comenzó a explotarse el recurso termal fue del lado uruguayo en los departamentos de Salto y Paysandú en los afloramientos de Daymán, Arapey, Guabiyú y en Almirón.

Cabe agregar, que el uso empírico de las fuentes termales en la República Argentina es muy amplio y su tradición data de la época precolombina.

Actualmente los recursos termales deben ser certificado científicamente por los órganos internacionales. Argentina es miembro de la Federación Latinoamericana de Termalismo.

5.7 Explotación Turística

Ya se ha hecho mención en diferentes partes de este trabajo al Parque Termal de la Ciudad de Chajarí en cuanto a su explotación turística, debido a la importancia que reviste su conformación en los aspectos generales de la actividad turística formando parte de su sistema turístico.

Es así como a través del desarrollo del presente trabajo se ha hecho mención a las Comunidades Termales de la que forma parte Chajarí, siendo este tema pertinente para reconocer la superestructura del sistema turístico.

Asimismo y como parte de esa superestructura se hizo mención a la comisión de “inversores” que es el grupo privado que lleva adelante diferentes actividades dentro del Parque Termal.

Las termas fueron incluidas como un factor de reactivación turística que permite el arribo de nuevos visitantes a la ciudad con su consiguiente valor económico y desafío que la actividad representa.

⁴² Aguas Termales. Zonatermal.2001; año 2: N° 5

Dentro del esquema planteado, se estableció la relación de la propia comunidad frente a la decisión política que originó la construcción del parque termal y su significación social.

La actividad termal fue materia de revisión al momento de desarrollar la planta turística y el equipamiento, en la inteligencia que de ninguna forma puede dejársela de lado en el tratamiento del conjunto de la misma, formando parte del servicio turístico, recreación y alojamiento.

Se clasificó, jerarquizó, analizó y evaluó el atractivo termal en cuanto forma parte del patrimonio turístico de la ciudad.

Por último fue caracterizada como producto turístico esencial en la comercialización que de él se realiza dentro de todo el esquema propuesto.

A pesar de todo ello, se consideró necesario incluir la actividad turística termal de la ciudad en un acápite aparte, en primera medida, porque forma parte de uno de los objetivos del presente informe, y segundo porque se han identificado tres factores que ponen de relieve la importancia que esta actividad debe representar para su estudio, ellos son:

- Permite obtener un beneficio económico social en la generación de recursos, profundizar en el desarrollo de la ciudad y en la generación de empleo
- Ayuda a complementar los beneficios en la salud permitiendo su explotación el mejoramiento de la misma sobre la población a través de diferentes terapéuticas
- Obliga la permanente atención sobre el medioambiente como factor condicionante en la continuidad del uso del recurso.

El proyecto termal en Chajarí representó una inversión municipal de alrededor de un millón de pesos, que provocó serias controversias con la población local que ya fue comentada en puntos anteriores.

La información recogida en el trabajo de campo respecto de este tema en particular pone de relieve la marcada subjetividad que reviste la misma, y a pesar de los intentos por abreviar en una fuente que permitiese efectuar una lectura confiable no se lograron mayores resultados.

La triangulación de una misma información originada entre distintas fuentes tampoco permitió obtener un resultado que sustente una posición que permita su verificación y constatación.

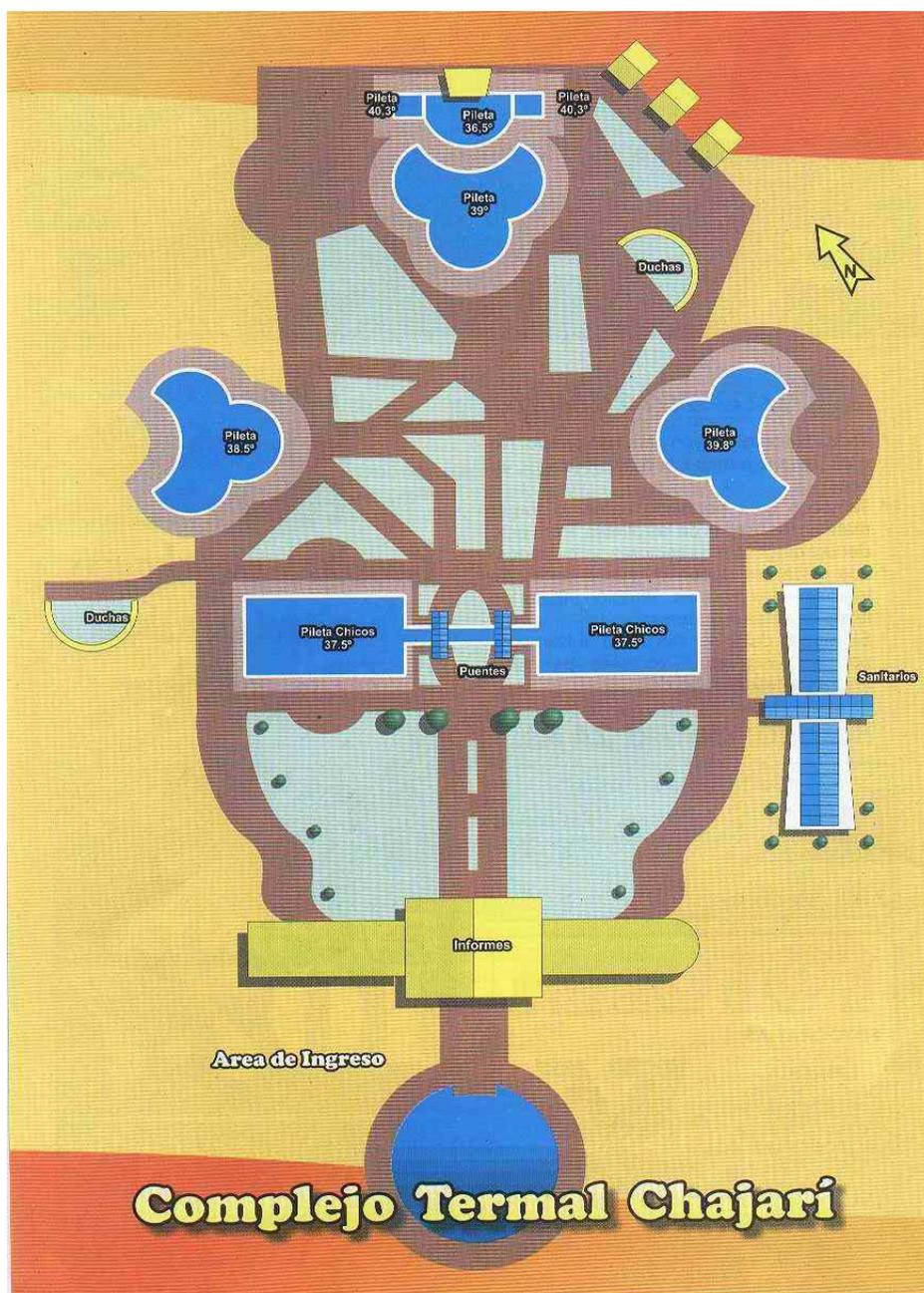
No obstante ello, se identificaron los siguientes aspectos que dan una idea mas o menos aproximada del carácter y del marco en el que la inversión Termas de Chajarí se realizo.

Ellos son:

- La inversión que dió origen a las termas es de carácter público
- La compra de las tierras, la perforación del suelo y posterior construcción del Parque Termal debilitó las relaciones municipio-comunidad en un momento de crisis económico-social por el que atravesaba todo el Municipio en su conjunto
 - No se realizó un estudio de mercado
 - El presupuesto definido para la perforación termal no alcanzó a los requisitos del “encamisado” del pozo realizado, lo que derivará en mayores costos de mantenimiento a largo plazo y posibles deficiencias en el servicio debido a la temperatura del agua
 - El municipio se encontraba en cesación de pagos, adeudando los sueldos de casi 400 empleados
 - Los dueños originales del predio termal trabaron un embargo sobre el mismo ante la falta de pago de la cuotas pactadas
 - Existe un debate jurídico entorno a la embargabilidad de las termas atento revestir carácter de bien público
 - Existe un conflicto de intereses entre la inversión pública, el interés de la comunidad, y la inversión privada, que revela los más dispares conflictos sin arribarse a un entendimiento entre ellos.
 - La comunidad sostiene que el dinero que ha aportado para el pago de las tasas municipales (impuestos) ha sido utilizado para la confección de las termas pese a existir cesaciones de pago de sueldos por parte de la municipalidad.
 - En la actualidad tales conflictos parecen haberse superado
 - La comunidad no ha integrado a la actividad termal al uso de su tiempo libre

El Parque termal fue inaugurado en noviembre de 2001 y se encuentra en un predio de 40 hectáreas parquizadas:

Imagen nro.: 10 ver disco de imágenes



Fuente: Guía turística de Federación y Chajarí. Enero/Marzo 2003 Año 1 n° 1

Ya se ha indicado su localización, por lo que solamente cabe destacar que dista a unos 4 kilómetros de la ciudad y el camino es un mejorado de ripio cuyo estado de conservación no es bueno y dificulta el acceso al Parque Termal desde la ciudad en los días de lluvia y durante la temporada de verano,

sobre todo en las horas de la tarde, debido al polvo que se levanta como producto del tiempo seco y el ripio del camino.

Pertenece a un emprendimiento e inversión municipal en cuanto a la organización, administración y mantenimiento del servicio termal. Debe quedar en claro esto último, debido a que en el mismo predio termal existen emprendimientos privados sin intervención municipal (Locales de comidas, bungalows, etc.)

La actividad administrativa se lleva adelante a través de la Coordinación General de Termas y se divide en las siguientes áreas:

- a) Parquización
- b) Cajas
- c) Piletas
- d) Seguridad
- e) Enfermería
- f) Limpieza

Estas áreas se encuentran cubiertas por un total de 31 empleados con distintos horarios.

Algunos de estos empleados pertenecen al plan trabajar implementado por el Gobierno de la Provincia.

Existen dos turnos y un empleado en cada puesto, incluso la vigilancia de las seis piletas se encuentra cubierta solamente por un empleado.

La limpieza y mantenimiento tanto de las piscinas como de la del establecimiento en general se realiza por la noche y en cuanto a las piscinas se van realizando de a dos por noche.

Desde el propio sector de empleado ha surgido la necesidad de contar con un recepcionista en la entrada de las termas y que sirva para introducir al visitante en el conocimiento de los distintos sectores del establecimiento como asimismo de la historia y antecedentes del pozo termal, ésta inquietud no ha sido tomada en cuenta aún por las autoridades del parque.

El Parque cuenta con seis piletas ornamentales de 60 cm. de profundidad, cinco a cielo abierto y una cubierta.

Estas piscinas están equipadas con hidrojet e iluminación subacuática, contando una de ellas con una cascada que es utilizada para masajes hídricos.

La temperatura de surgencia del agua de 41,3°. La temperatura en las piletas varia entre los 36,5° a 40°.

La presión del agua que se advierte de los dos chorros de agua de las fuentes ubicadas en las piscinas de entrada, es natural, y solamente se utiliza un motor para producir la cascada ubicada sobre el ala norte del sector piletas.

El parque posee además dos patios de duchas, vestuarios, sanitarios y un sector para acampar dentro del mismo predio.

También existe habilitado un local de comidas rápidas, bebidas y productos regionales.

Sobre la zona noroeste del predio se han construido el conjunto de alojamiento denominados “bungalow” y que fueran descriptos en el desarrollo de la planta turística de la ciudad.

5.8 Tarifas.

No existe una política determinada para el establecimiento de la tarifa por el uso de las termas.

Actualmente y debido a que el producto se encuentra en etapa de introducción y crecimiento se ha fijado una tarifa de \$ 4 tanto para el visitante como para la comunidad en general.

Existen tratativas para generar una política de precios conjuntamente con los otros centros termales, pero debido a la reciente inauguración del Parque Termal de Chajarí se ha decidido mantener el indicado como para generar la primera corriente de visitantes y permitir el conocimiento del establecimiento.

5.9 Combinación con otros productos.

El Parque Termal no cuenta con servicio de gastronomía. Solamente existe habilitado un local de comidas rápidas.

Debe recordarse, por otro lado que no está permitido ingresar a la zona de piletas, con alimentos o bebidas.

Hasta el momento de realizar la tarea de campo, el visitante debía alojarse en los hoteles que se encuentran en la ciudad de Chajarí que dista a unos cuatro kilómetros.

Se han inaugurado una serie de bungalow que han ampliado la oferta permitiendo la combinación del producto termas con la oferta de alojamiento en el propio Parque Termal.

De acuerdo a lo informado por los operadores turísticos, las termas se combinan con otros productos a través de excursiones por el Lago Salto Grande, un city tour por la ciudad de Chajarí que incluye visitas guiadas al museo local o combinaciones con las termas de Federación, en donde la oferta se amplía como resultado de la variedad de productos que allí se ofrecen.

De lo narrado, es perfectamente factible combinar la estadía en Chajarí motivada por las termas, con un circuito que recorra las quintas, complementado con visitas a establecimientos de elaboración de jugos y derivados cítricos e incluyendo un día de campo en un estancia.

No se ha identificado la existencia de tal o tales productos motivo por el que revisten un carácter potencial en su resolución.

5.10 La temporada

La temporada alta, es sin duda la semana santa. Durante la del año 2002 se registraron la cantidad de 600 personas que visitaron las piletas en esos cuatro días.

La Dirección de Turismo a través de su oficina identificó a la semana santa, las vacaciones de julio y la temporada de verano como su temporada alta.

Las plazas emisoras que se han identificado son: Buenos Aires, Mar del Plata, Córdoba y Misiones. "...Viene mucha gente de paso también porque como queda sobre la Ruta 14 la gente por inercia entra y ven, ya de paso recorren y conocen. También Ahora desde la apertura del Puente Rosario Victoria he notado mucho la afluencia de gente de Rosario..."

La estadía máxima que tiene un visitante en la ciudad es de aproximadamente tres días, pero no se encuentra identificada exactamente.

5.11 La competencia

Chajarí es un centro termal que recién está iniciándose en la actividad, con todos los problemas y desafíos que la misma trae aparejados.

El marco competitivo que presenta es sin ninguna duda su mayor amenaza dentro del análisis de circunstancias externas que se observan como producto.

Como estos temas fueron tratados en otros puntos anteriores del presente trabajo, y con el objeto de evitar repeticiones innecesarias, se considero oportuno ilustrar este punto referido a la competencia, con un extracto de una de las entrevistas realizadas a un informante clave en la que se indaga precisamente sobre la competencia.

El extracto es sumamente rico en cuanto a la elocuencia del tema ya que pinta de una forma sencilla pero categórica el tiempo presente de la actividad termal respecto de los emprendimientos termales vecinos.

Dicho extracto dice así:

“Pregunta: ¿Se puede hablar que Chajarí tenga competidores respecto a las Termas?”

Respuesta: Yo diría que nosotros..., es distinto. ¿Usted dice a nivel de otros complejos?”

Pregunta: Claro, porque yo me pregunto si a Federación se lo puede poner como competencia de Chajarí...

Respuesta: Lo que me parece desde mi punto de vista, es que nosotros no somos competencia para ellos. Nosotros no. Ellos tienen un puesto pero muy bien ubicado..., de vendido... Ellos están trabajando por adelantado con muchas reservas de meses adelantado, y nosotros no, nosotros no somos competencia, no sé como nos sentirán ellos, pero nos falta trabajar mucho, para mas o menos ser una espinita para ellos...”

5.12 Fortalezas y debilidades

Resulta compleja la identificación de fortalezas y debilidades del producto Termas de Chajarí, si se parte de la base que de los resultados de la tarea de campo, se identifican ausencias fundamentales en cuanto al conocimiento profundo sobre cuántos y cómo son los productos-servicios que se están comercializando en un área determinada.

Es decir que lo complejo de esta tarea radica en la ausencia del conocimiento previo que se requiere para saber que se está trabajando en el perfeccionamiento o incorporación de productos que ya son conocidos, y donde las posibilidades son pocas y solamente muy de “vez en cuando” aparecen novedades genuinas.

En tal sentido, más que identificar fortalezas y debilidades, se ha preferido presentar en este trabajo una verdad no revelada, o mejor dicho, una omisión en la construcción del producto en su etapa de investigación y desarrollo.

Si se pretende producir, es necesario saber primero qué se puede producir, cómo se debe producir, cuánto, a quién se quiere vender, cuánto se va a vender, como y cuanto va a costar la producción y las ventas.

Son estas fases las que no están identificadas en Chajarí, y de ello da cuenta la información que surge de la serie de entrevistas realizadas, en tanto que se desconoce cuál es el perfil de turista que se pretende atraer a la ciudad, cuál es el producto que se quiere posicionar como principal y cual el complementario, qué tipo de mercado se aspira alcanzar etc.

Dicho todo esto puede concluirse entonces que como producto "Termas" debe indicarse que se trata de un producto nuevo con baja participación en un mercado de alto crecimiento relativo.

Es necesario invertir en estrategias de segmentación de mercado, con el objetivo de reducir la cantidad de competidores y posibilitando el aumento de participación en el mismo.

Aumentar una participación en el mercado requiere que a Chajarí se lo conozca en la región y en toda la provincia como una plaza atractiva, para ello las estrategias de posicionamiento de la mano de una buena comunicación y promoción de servicios será necesaria para marcar una verdadera tendencia respecto de los municipios vecinos con idénticas propuestas.

Si bien es real que el turismo es generador de empleo no debe olvidarse la importancia que reviste la capacitación en la jerarquización de la actividad prestadora de servicios turísticos.

Por lo tanto para analizar las debilidades del producto, en relación a la capacitación de sus recursos humanos, sería necesario efectuar un serio relevamiento que indague entre otras cosas la visión desde el enfoque de los prestadores de servicios, los empleados y los capacitadores. De esa forma permitiría identificar aspiraciones y necesidades de formación.

6. Termoludismo y Turismo Salud

En la actualidad, en Chajarí se practica la recreación en un medio de agua aguas termales o lo que es lo mismo decir que la actividad se desarrolla en un Centro Termolúdico.

La gente asiste a las piscinas termales haciendo uso de su tiempo libre en primer termino y como forma terapéutica en segundo lugar.

El control sanitario que actualmente se efectúa sobre los visitantes es mínimo o inexistente (igual situación cabe para los Centros Termales entrerrianos) a tal punto que, según se informó desde la Dirección del Parque Termal, en el último Simposio Iberoamericano de Termalismo realizado en la zona y al que asistieron representantes de Cuba, Italia, Portugal, Brasil y Uruguay, se determino la falta de controles sanitarios en el uso de las piscinas termales, denominando a los Centros Termales como el “circuito de los pies sucios” para marcar la falta de control antes indicada.

Por lo tanto el camino hacia la búsqueda de una explotación racional y sustentable del recurso termal todavía se encuentra en plena etapa de exploración.

Mientras tanto es necesario dejar aclarado y a los fines de este trabajo que el tipo de explotación que se realiza del recurso termal, al menos en la Ciudad de Chajarí, es absolutamente recreativo y hasta tanto no se reoriente tal actividad es poco probable que pueda posicionarse como un verdadero producto que contenga características diferentes del resto de las comunidades termales y orientada al Turismo Salud.

Por eso este tipo de turismo configura un objetivo a cumplir.

Permite aseverar tal circunstancia, el consiguiente impacto que tiene esta actividad recreativa sobre el medio ambiente, más exactamente, sobre la fuente o yacimientos de agua, dado que a pesar del avance que significan las piscinas termales, hasta tanto no se efectúen los controles necesario que permitan una verdadera explotación racional del agua, estas piscina seguirán constituyéndose como “Balnearios Populares” que como ya se dijo son focos potenciales de contaminación de dichas fuentes.

7. Medio ambiente: El Acuífero Guarani⁴³

Imagen nro.: 11 ver disco de imágenes



Fuente: Pagina oficial del acuífero [<http://www.sg-guarani.org/>]

Se denomina así a la reserva de agua potable más grande del continente americano con 1.190.000 kilómetros cuadrados. Se lo denomina también el Gigante del MERCOSUR, porque este reservorio de agua pura se extiende desde el pantanal en el norte de Brasil, ocupa parte de Paraguay y Uruguay y llega hasta la pampa argentina.

El volumen total de agua almacenada es de 37.000 kilómetros cúbicos (cada kilómetro cúbico es igual a un billón de litros). Pero el volumen explotable hoy es de 40 a 80 kilómetros cúbicos por año.

⁴³ Luzzani T. Redacción de Clarín. La Guerra del Agua. Clarín. 2003 Agosto 3. Secc. Zona de la política, la sociedad y las ideas.

Es necesario realizar un verdadero control sobre la actividad industrial que avanza sin protección del medio ambiente, dado que si se contamina a una velocidad mayor de lo que la naturaleza puede sanear, entonces el resultado será la contaminación del agua.

Los costos de saneamiento son muy elevados y los más afectados serán en última instancia los países más pobres.

Es indispensable mejorar el manejo de los recursos y los marcos legales para preservar mejor el agua. Para ello la toma de conciencia es indispensable.

Debido a las altas temperaturas que alcanza el agua, y dada sus surgentes naturales, esa “energía” puede ser aprovechada en la industria y en el turismo, pero su uso indiscriminado, sin dar tiempo a que la Tierra caliente nuevamente puede traer como consecuencia el enfriamiento de las aguas y su posible contaminación.

Los emprendimientos turísticos que utilizan aguas calientes deben mejorar y especializar el manejo de este recurso ya que si no se da tiempo a la naturaleza para calentar nuevamente el agua, los pozos reducirán su calidad bajando su temperatura.

Para terminar, es necesario dejar aclarado que en la zona del acuífero en Brasil existen más de 300 pozos, en donde el agua ya no surge espontáneamente es necesario contar con bombas para extraerla ya que ha perdido su presión de surgencia natural.



**TERCERA PARTE
CONCLUSIONES
REALIDADES, ACCIONES Y LOGROS**

1. Realidades

El concepto de “realidad” aquí utilizado responde a su significado literal: Verdad, lo que ocurre verdaderamente. Lo que es efectivo y tiene valor práctico, en contraposición con lo fantástico e ilusorio (Dicc. R.A.E.)

Esa realidad es lo que se ha pretendido plasmar permanentemente en los dos capítulos anteriores.

Toda realidad propone necesariamente una acción porque la misma es dinámica y permite mayor o menor grado de movimiento, de inferencia, de participación, de desafío; así se arriba indefectiblemente a un resultado, en este caso identificado como un logro.

Este trabajo pretende ser una mirada desde el turismo hacia los aspectos de la realidad que conforman el ambiente del turismo.

Y esa mirada se efectúa con el propósito de elaborar un discurso teórico, acción ya de por sí compleja, por cuanto el turismo carece de cuerpo teórico (Rocha Centeno 1992) y son otras disciplinas las que lo incorporan para explicarlo con sus propios discursos. De ahí su carácter multidisciplinario.

La realidad presentada fue contextualizada por dos entornos, el nacional y el provincial, y dentro de ellos se presentaron dos aspectos fundamentales para la actividad turística: el económico y el social.

Estos dos aspectos han sido así presentados en el entendimiento de que muchas veces se predispone a ver las relaciones sociales como algo autónomo⁴⁴, aparte de su contexto económico, político e ideológico. Nada más alejado para poder interpretar desde el turismo la realidad de una región o una ciudad.

El conocimiento de la realidad indaga sobre el aquí y ahora, para incidir en la “situación inicial” (Ander Egg – 1995).

Dicha situación inicial contiene los elementos que dan lugar a la actividad turística: la distribución de los aspectos económicos y políticos en las relaciones sociales, que conforman un todo que es la realidad que se indaga.

Esta necesidad de definir exactamente el sentido que la realidad tiene en este trabajo es fundamental dado que por lo general se tiende a explicar una situación, considerándola como un todo, una totalidad, en vez de -como en el

⁴⁴ Wolf, E. R. Europa y la gente sin historia. 1ª. Edición. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 1993

caso de este trabajo- ver en ella una suma de situaciones, de sociedades y culturas que se contienen unas con otras, condicionadas por factores políticos y económicos.

Los diferentes entornos aquí reflejan la conformación de la sociedad en general, que luego se describe en el desarrollo de la actividad de una sociedad en particular.

Y la forma de organizarse de esa sociedad en particular está dada por el modo de producción elegido y que se ha identificado puntualmente, planteándose contradicciones y conflictos en la propia comunidad.

Planteado así, cada aspecto de la comunidad presentado en este trabajo se entrelaza, generando acciones de grupos y conexiones externas en las que cada elemento debe considerarse como problemático.

Es decir, no hay una linealidad en la conformación de la comunidad sino una interacción de elementos que dan lugar a la cultura, entendida como la realidad de una sociedad que no posee estructuras fijas, sino que responde a “alineamientos sociales históricamente cambiantes, imperfectamente unidos, múltiples y ramificados” (Wolf E. – 1993).

En tal sentido el concepto de cultura es entendido como un proceso dinámico de construcción y reconstrucción de materiales culturales, que se encuentra permanentemente influido, por fuerzas económicas y políticas, o que responde a ellas.

El desarrollo de los entornos también ha permitido reconocer los componentes que conforman la sociedad, entendida aquí como “un grupo de personas que comparten un hábitat común y que dependen unos de otros para su supervivencia y bienestar”⁴⁵.

Se ha considerado oportuno dejar explicitados cada uno de estos conceptos para poder integrar mejor las diferentes situaciones que se han planteado a lo largo del presente trabajo, y para que cada aspecto de la realidad se muestre como una consecuencia o factor de otro.

La recurrencia al análisis del conjunto permite obtener un panorama global para poder luego aplicar dichas situaciones al estudio particular de un

⁴⁵ Harris, Marvin. Antropología cultural. 1ª Edición. Madrid. Alianza Editorial, S.A. 1996

caso. Es decir, en esa idea de lo global se encuentra el nexo con lo particular pues esto es, en última instancia, el concepto de estructura social. Que es lo que se intenta describir al contextualizar el trabajo mediante la definición de ambos entornos.

Y es importante definir la estructura social en la que se da determinada actividad ya que sociológicamente, las sociedades se encuentran en permanente cambio y este cambio está dado por el mayor o menor crecimiento económico que poseen.

Por otro lado, en función de la propuesta del presente trabajo, que es encontrar un argumento teórico que evalúe determinadas acciones que a veces no cumplen con los objetivos planteados, ha sido importante analizar esa interacción social ya que su análisis permite el encuentro y la comprensión de un determinado conjunto de situaciones conflictivas, cuyo conocimiento puede permitir o contribuir a la crítica y a la reforma de determinadas acciones para lograr resultados en forma efectiva.

También, analizar en profundidad situaciones sociales a partir de una actividad dada, como en este caso la turística, permitiría aumentar la sensibilidad cultural y lograr con ello el desarrollo de políticas sustentadas por el conocimiento cabal de tales situaciones y de las necesidades que deben cubrirse.

Anteriormente se identificó a la interacción social como permanentemente influenciada por el grado de crecimiento económico que poseen las sociedades, y que es factor de cambio.

Desde el turismo (y no solamente desde esta disciplina) puede verse que ese cambio es originado por la tecnología, en cuanto afecta la forma de percibir la realidad.

La Argentina necesita políticas de estado destinadas al desarrollo del turismo, debido a una transformación de su percepción del mundo exterior y viceversa.

Los cambios tecnológicos permiten revelar al ámbito externo situaciones que motiven deseos por parte del visitante a conocer al país.

De igual forma tales cambios se aplican a las regiones del interior.

Y a partir de hechos significativos provocados por los cambios tecnológicos las sociedades por más pequeñas que sean, por más conservadoras, comienzan a movilizarse, comienzan a cambiar.

Para integrar esta idea con los entornos desarrollados, se pueden identificar varias situaciones que se ven afectadas positiva o negativamente por el proceso de cambio de la sociedad en análisis y que se sintetizan a continuación:

- El factor empleo como consecuencia de la producción: servicios, comercio, industria, turismo, etc.
- Los tiempos políticos y ritmos económicos son desiguales, motivo por el que los cambios deben darse inmediatamente.
- La actividad termal en la Provincia de Entre Ríos es el sector que más inversiones ha efectuado últimamente.
- Dada su ubicación geográfica especial, Entre Ríos presenta en relación con el MERCOSUR una importante integración de la actividad turística y sus negocios.
- La problemática global del transporte en el entorno nacional y provincial compromete la comunicación y traslado de comunidades y visitantes, desmereciendo la oferta turística.
- La presencia de puertos de ultramar, con conexiones ferroviarias y viales hacia el interior representan potenciales formas de explotación turística.
- La revalorización de la información y de políticas entre municipios y estado provincial, como forma de establecer canales de comunicación.
- La constitución del bloque “Comunidades Termales” representa el valor de la formación de asociaciones (partnership) como forma de complementar estrategias de desarrollo.
- El endeudamiento de los municipios a raíz de préstamos bancarios, realizados sin un proyecto de viabilidad se refleja en las inversiones de tipo turísticas.
- La falta de un proyecto nacional revela la carencia de pensamiento estratégico para el desarrollo.

Esta síntesis de la realidad contribuye a la comprensión de cada uno de los entornos analizados: entorno nacional, entorno provincial y la comunidad en análisis.

Sin embargo, esta comprensión excede el planteo que se propone en este trabajo, dado que contiene situaciones complejas -ya en su aspecto social, ya en su aspecto económico- que una lectura efectuada solamente desde una disciplina, no llega por sí sola a abordar.

El resultado es positivo en cuanto a que permite ilustrar situaciones complejas para poder aplicarlas al caso en concreto que se desarrolló en la segunda parte.

El conocimiento de esas situaciones, permite también identificar tendencias a fin de prepararse para el futuro, y la tendencia más significativa está dada por la influencia que tienen los cambios sobre los diferentes entornos propuestos y también sobre la comunidad específica.

Identificando esta tendencia, se puede evaluar en forma activa y por anticipado el impacto que pueden ocasionar esos cambios en el lugar que se trate.

El extenso recorrido de cada uno de los aspectos políticos, económicos, sociales y de medio ambiente facilita la tarea de identificar cuáles de sus características representan una fuerza y cuáles una debilidad.

Asimismo, y teniendo en cuenta la influencia de los impactos externos, estos aspectos permiten también el análisis de tales situaciones y que afectan o pueden llegar a afectar el desarrollo en los entornos propuestos.

Si se toma como referente el entorno provincial, pueden identificarse en un nivel general las siguientes fortalezas:

- Clima
- Ambiente
- Transporte
- Cultura
- Recreación

Como debilidades, también en un nivel general pueden nombrarse:

- Costo de vida
- Seguridad
- Salud
- Empleos

Una de las características más sobresalientes a la que se ha hecho mención en este trabajo es la que se refiere a la Provincia de Entre Ríos como una de las provincias más pobres de la República y la posibilidad que presenta el turismo al erigirse en una verdadera actividad complementaria, que produzca y justifique inversiones prioritarias.

Los bajos salarios que se generan en la provincia son el resultado de la baja productividad de la economía de la región y para modificar esta situación deberían registrarse inversiones, tales como capacitación, recursos humanos, etc.

Es cierto que dadas las características de los entornos nacional y provincial, no se puede esperar que el turismo se convierta por sí mismo en el motor de desarrollo de la provincia. Igual aclaración vale para la ciudad de Chajarí, ya que el nivel de desarrollo del mismo está indicado por el nivel de inversiones que se realicen en el resto de la actividad económica.

También es cierto que cuando crece el nivel de ingreso porque crece la inversión, también crecen otros aspectos como los caminos, las comunicaciones, los servicios financieros, los aeropuertos, y detrás de ellos va el turismo.

Al comienzo, y así está identificado en todas partes en donde el turismo se encuentra ya desarrollado, existe una etapa en la que el mismo es de carácter exclusivo y solamente hacen uso de él las minorías con mayor poder adquisitivo. Y así es también en la situación que se ha planteado en el desarrollo Turístico de Chajarí.

Esta primera etapa se da porque a veces es costoso acceder hasta el atractivo y costosa su permanencia, y por lo tanto ese atractivo en particular se torna exclusivo. A medida que aumenta el desarrollo existe un proceso de maduración de la actividad y de los propios recursos que logra un mayor interés y la participación creciente de nuevos visitantes interesados en conocer lo que otros conocieron antes.

No todos los atributos que se han ido identificando a lo largo de la primera parte, y que conforman la realidad indagada, son igualmente significativos, ya que cada uno en forma individual presenta fortalezas y

debilidades menores dado que los atributos ejercen influencias entre sí provocando diferentes grados de fortalezas y debilidades.

Asimismo, en cuanto al ambiente externo, también se pueden identificar oportunidades y amenazas que deben ser valoradas de acuerdo a su atractivo y probabilidad éxito. Identificando cuáles son las mejores oportunidades que tengan una gran probabilidad de éxito, desarrollando planes para explotarlo mejor.

En igual sentido, las amenazas son representadas por un cambio externo no favorable. La identificación de ellas es necesaria por cuanto marcará la tendencia en cuanto a su impacto y probabilidad de acontecimiento. De ocurrir, pueden dañar seriamente, por lo que se necesita estar preparado para la contingencia y disponer de estrategias a implementar antes o durante la amenaza.

Esta identificación de oportunidades y amenazas se han efectuado en la ciudad de Chajarí y se ilustran en el momento de describir todo el cuadro comparativo de la misma.

Se considera que, en la medida que los recursos disponibles para confeccionar este trabajo lo han permitido, el análisis de la realidad refleja el estado de situación real en que se encuentra el campo de estudio indagado.

Ha sido también un objetivo el accionar en la realidad, dado el dinamismo que ella posee, y en torno a esa idea el argumento que propone este trabajo es un cambio en la manera de pensar que sirva para el desarrollo de acciones concretas y factibles.

La realidad aquí planteada necesita de un cambio que proponga un proyecto de unidad y cuya forma de confrontarlo con los hechos vendrá de la mano de un pensamiento estratégico orientado al desarrollo de cada una de las actividades que han sido incorporadas al conjunto de la realidad indagada.

2. Acciones

La intervención de una actividad sobre la realidad refleja una determinada acción. Es el ejercicio de la posibilidad de hacer, es el resultado del hacer.

La vida de una comunidad, su desarrollo, sus avances y retrocesos son el resultado de la acción y la intervención de cada uno de los participantes de

esa comunidad en el intento de cumplir determinados objetivos y en la búsqueda de satisfacer las necesidades que les son propias.

En la segunda parte de este trabajo se indaga precisamente sobre la realidad de la comunidad de Chajarí.

Este accionar se ha visto reflejado en el desarrollo, primeramente, de su organización social, y en sus diferentes formas de identificarse con la actividades que se generan en la interacción social.

Se han develado diferentes situaciones que son generadoras de conflictos y otras que ponderan la cualidad de la ciudad como un ambiente de calidad para vivir.

El conflicto es la base de la interacción social, ya que es el conflicto el que permite incidir sobre la realidad para modificarla.

Se ha intentado explicitar el accionar de la comunidad, presentando los aspectos más relevantes de su desarrollo económico y estos a su vez permitieron indagar dentro de los dos ámbitos que presenta la ciudad como lo son el rural y el urbano.

Fueron identificándose los elementos de su infraestructura que aportan los servicios básicos para sus ciudadanos, algunos de los cuales deben ser mejorados para que ellos estén satisfechos con sus vecindarios y con la ciudad en su conjunto.

La infraestructura de la ciudad influye sobre las actitudes y comportamiento de las personas y Chajarí refleja cierto malestar en esas actitudes y comportamientos producto de la influencia que ejerce sobre ellos su ambiente físico.

Se ha dejado establecido que algunas partes de la ciudad han caído en el descuido, lo que ha producido un alejamiento de las autoridades con respecto de la comunidad.

Por este motivo, restaurar la apariencia de la ciudad es una necesidad que debe ser contemplada en función de los intereses que la comunidad reclama.

Sin embargo, esta restauración depende en gran medida de recursos que actualmente son insuficientes y en este sentido, el desarrollo de la ciudad se encuentra restringido o limitado.

Esta situación es consecuencia de la falta de desarrollo económico, que en este trabajo se encuentra expresamente aclarado, se refiere al incremento en la producción. La inclusión de nuevas actividades renovarían el esquema de producción sugiriendo también diversificación en la misma.

Al analizar las potencialidades y debilidades de la ciudad desde su perspectiva turística, se pensó de qué forma este análisis permite incrementar su competitividad y posicionar la economía local dentro de un contexto regional, que dadas sus posibilidades de desarrollo, pueda convertirse en un verdadero recurso de exportación.

Del trabajo de campo realizado, se desprende que los factores que conforman el atractivo de una ciudad: calidad de vida, imagen positiva, capacidad de desarrollo económico e infraestructura física, presentan para Chajarí un atraso de casi treinta años.

Esta situación, compleja de por sí, debería verse revertida a fin de mejorar una posición competitiva, desarrollando un programa que permita integrar todas las actividades y todos los sectores sociales de la comunidad. La integración puede lograrse si se comprende que para subsistir es preciso competir por los recursos.

Pero, frente a todo ello la ausencia de una planificación integradora desde lo privado y lo público impide la consecución de logros, por mejores y buenas intenciones que existan.

Esta falta de planificación se refleja en la incapacidad de la comunidad para afrontar los cambios, aprendiendo a absorber las dificultades y adaptarse rápida y efectivamente a nuevos desarrollos y oportunidades.

En ese marco, el conflicto de intereses forma parte de la realidad, y puede llegar a ser benéfico en cuanto provoca situaciones que pueden plantear soluciones insospechadas y redundar en el mejoramiento de la sociedad.

Porque de la mejor o peor solución para hacer frente un conflicto de intereses surge sin duda el éxito o el estancamiento de una comunidad.

Por eso revalorar el concepto de “ganancia” es de suma importancia.

Esa nueva forma de conceptualizar la “ganancia” significa establecer un objetivo orientado al desarrollo económico de la comunidad.

Esta situación trae aparejada una mayor expectativa y calidad de vida, produciéndose de ésta forma nuevos negocios que la propia comunidad

genere, además de mantener los que ya de por sí existen y se desarrollan florecientemente.

Se han mencionado las diferentes actividades que la ciudad debe tener para mejorar su viabilidad y atractivo, pero también se ha presentado la carencia de los recursos requeridos para lograr determinados niveles de inversión.

Esta situación genera conflictos de intereses en la comunidad respecto a quién merece más las mejoras para desarrollar la ciudad. Al respecto, dos situaciones son concluyentes: Por un lado, el ciudadano común considera que se paralizó la ciudad a cambio de la construcción del parque termal, y en esa consideración ve postergado en última instancia su propio interés. Por el otro, el interés político sobrepasó el interés de la comuna, fijándose un objetivos sin medir las consecuencias.

El marcado contenido cultural que posee la ciudad sobre sus actividades muchas veces juega en contra del deseo de la propia comunidad de expandirse. A pesar de ello, el impacto de los cambios es tan poderoso que de alguna forma han producido un quiebre en la tradición cultural del trabajo de labranza.

Las futuras generaciones de dirigentes tienen el desafío de encontrar soluciones que integren la herencia cultural del trabajo del campo con otras actividades que puedan desarrollarse a partir de la propia cultura de la sociedad.

Se identificó que el enfoque de las actividades económicas que permiten el desarrollo de la ciudad posee un pensamiento de adentro hacia fuera, y no de afuera hacia adentro. Este pensamiento incide notablemente en la actividad turística cuyo enfoque es notablemente exterior, de actividades externas.

Ese pensamiento que resguarda y preserva la herencia cultural, también se ve reflejado en la confusión que se presenta al referirse al concepto de turismo. El emprendimiento "Termas" ha marcado de tal forma a la comunidad que él ha poblado el horizonte de la actividad turística, como si toda ella se sintetizara en esa única posibilidad.

Esta imagen puede llegar a revertirse en tanto y en cuanto se integren todos y cada uno de los diferentes atractivos y posibilidades que la ciudad

posee, permitiendo su desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Chajarí conforma un municipio que posee dos tipos de conglomerados el urbano y el rural. El primero funciona como cabecera y es la sede de las autoridades políticas .

De esto resulta, tal como lo explica el Arq. Bullón en su obra “Los municipios turísticos” la existencia de varios conglomerados. La ciudad cabecera es responsable de la administración de las áreas rurales y además de su propio ejido urbano, es decir que se combinan dentro del municipio áreas rurales y urbanas generándose conflictos de intereses.

Si se atiende a la definición de que un municipio turístico es aquel que toma ese nombre por contener actividades turísticas, debe reconocerse a Chajarí como un municipio Turístico.

También es necesario establecer si Chajarí representa un centro turístico. Cuestión que este trabajo resuelve por la afirmativa puesto que se trata de un “conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico” (Bullón R. Teoría del espacio Turístico). Además, su planta turística cuenta con los servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento, comercios turísticos, sistema de transportes, etc., necesarios para clasificarlo como un centro turístico.

También, dependiendo del tiempo de estadía de los visitantes, en el mismo puede clasificárselo como un centro turístico de escala, estadía o excursión.

A los fines prácticos se considera suficiente con clasificar a Chajarí como un centro turístico que va adquiriendo la jerarquía que sus atractivos le otorgan, Lago, Playas, Camping, Termas y Folklore. Es probable que dicha jerarquía vaya en aumento en la medida que aumente la calidad del equipamiento e infraestructura general del municipio.

Es oportuno dejar explicitado, en función de lo mencionado anteriormente en cuanto a cómo inciden los cambios tecnológicos en el funcionamiento de las comunidades, que Chajarí no se desarrolla turísticamente producto de vincular previamente a la ciudad con sus atractivos

para efectuar así su planificación como municipio turístico, o respondiendo a una estrategia de desarrollo turístico.

Chajarí se va abriendo camino en la actividad turística impulsada por el dinamismo que la actividad tiene en la zona, y ese movimiento a veces le significa un verdadero torbellino que ve afectados sus intereses propios, que no tienen cabida en el movimiento que el turismo propone, con objetivos que llegan de afuera, pero que producto de los cambios, no puede obviar.

El tema está en definir de qué forma se adoptan tales objetivos y cómo se los plasma como propios sin interferir con los ya establecidos en la propia comunidad.

Sin duda alguna que tratándose de mejorar económicamente, el turismo funcionando adecuadamente puede representar para la ciudad un mejoramiento de ingresos, como bien dice Bullón “si no de los habitantes de toda la región, al menos de los que viven en esos lugares” y ello es así porque el turismo para Chajarí no representa la actividad principal, pero configura un potencial junto con la industria citrícola y arrocería, como factor genuino que coadyude al crecimiento del producto bruto.

Resulta interesante el *modus operandi* que han desplegado los municipios al convocarse unos con otros entorno a la figura de “Comunidades Termales”.

Aparentemente, se encuentran en el camino de organizarse como un verdadero sistema, y obtener ventajas en las que cada una de sus partes ve compensado lo que debe ceder al conjunto para mantener la propia armonía de tal actividad conjunta. Si no, carecería de sentido.

Si esto se logra, y siguiendo en la línea de este argumento, las “Comunidades Termales” impedirán que cada municipio afronte su futuro turístico en torno al desafío que les proponen las termas por su propia cuenta, evitando una competencia irracional, cuyo resultado no beneficia a ninguna de las partes.

Porque se da el caso aquí que, con leves variantes, los municipios vecinos del Río Uruguay venden el mismo producto y por lo tanto deben captar el mismo mercado, produciendo un aumento de la oferta.

Por ello la figura de las “Comunidades Termales” debe verse como un acierto de los municipios para llevar adelante la actividad y es así como puede

augurarse un buen futuro del conjunto y evitar las iniciativas aisladas con las posibles consecuencias que ello puede traer en la rentabilidad.

En cuanto a la planta turística, debido al desarrollo no planeado o no pautado para la actividad turística, es necesario dejar establecido que la misma no responde equilibradamente respecto a los atractivos. Y en ese sentido se observa cierto crecimiento desordenado que traerá aparejado deficiencias en la planta turística y que se traducirá a la oferta de servicios

Si a ello se suma que el funcionamiento de la actividad privada no opera con la armonía deseada, debido a los conflictos de intereses y falta de coordinación, el panorama en tal sentido no es muy alentador en tanto se dificulta el funcionamiento del sistema turístico en su conjunto y obstaculiza su evolución.

Este problema debería ser resuelto por la superestructura a nivel privado, a través de la federaciones y asociaciones que agrupan a los prestadores de los diferentes tipos de servicios.

Nuevamente aquí aparece un rasgo característico que ha rodeado permanentemente a este trabajo, y es la constante del conflicto de intereses en el esquema de la interacción social.

En una comunidad como la de Chajarí, y en todas las comunidades, el futuro está en manos de sus propios habitantes y son ellos los que tienen que influir con sabiduría y con inteligencia al momento de decidir sobre esos conflictos, cuya resolución traerá como consecuencia una permanencia en el tiempo de acciones favorables para la comunidad.

Y ello se refleja principalmente en saber elegir con eficacia a quienes deberán resolver y accionar efectivamente sobre tales conflictos evitando de esta forma un crecimiento desordenado, que es lo que se ha visto mayoritariamente en la tarea de campo realizada para este trabajo.

Chajarí presenta variados aspectos en su conformación y además día a día se van acumulando otros como resultado de su propia actividad.

El desafío más grande que parece no haber afrontado cabalmente la ciudad es el de su propia decadencia en cuanto a su crecimiento y desarrollo.

Chajarí se inició como una comunidad rural agrícola y comenzó, ciertamente, a crecer y a desarrollarse pero en la transformación de pueblo a

ciudad, el desarrollo se “rallentó⁴⁶” y aumentó el crecimiento desordenado, aumentaron los suburbios en desmedro de zonas rurales ricas, se empobrecieron sus servicios, se elevaron sus impuestos, y su comunidad conformó un micro ambiente sin demasiada diversificación que se traduce en la producción.

Estos aspectos no hacen más o menos mala la situación, sino que conforman una realidad que hay que tener en cuenta si se desea incidir en ella para mejorar.

La infraestructura está deteriorada, existe una falta de servicios y esto va en aumento, el empobrecimiento de áreas periféricas se incrementa, la ciudad deja de ser limpia y segura, y la situación que más aporta al concierto de este tipo de categorías es que la población pese a darse cuenta de todos estos aspectos, no enfrenta el desafío de CAMBIAR, que no siempre significa poner dinero, sino simplemente modificar el punto de vista.

Pensar que:

- La economía puede edificarse abiertamente, fluida y hacia fuera
- La estructura social puede volverse dinámica, móvil, bienvenida al visitante
- Los negocios pueden hacerse más competitivos
- El trabajo requiere de mano de obra especializada, y es necesaria la fuerza de trabajo profesional
- El gobierno puede apoyar a pequeñas empresas y a los que deseen iniciarse
- La innovación está del lado de la educación y se debe recurrir a ella permanentemente
- El empleo surgirá en tanto prosperen nuevos negocios, grandes y pequeños
- La sociedad debe tener una buena calidad de vida

Ese es el concepto de “ganancia” que este trabajo propone.

⁴⁶ Del italiano “rallentare” pausar, moderar la velocidad. Dizionario Essenziale, Zanichelli. Bologna. 1989

Chajarí fue y es rural, también es urbana, y ahora, comienza a ser también turística.

Este hecho debe comprenderse al momento de aclarar que el municipio se mantiene con los impuestos que paga la comunidad, los cuales son a menudo desviados de su caudal natural debido a una incapacidad en la administración para hacer frente a situaciones para las que no fueron concebidos, esta situación es clara, en cuanto a la construcción del Parque Termal.

Por otro lado, se han dejado establecido las limitaciones que enfrentan los municipios respecto de su acceso al crédito, ya que permanentemente se encuentran frente a la creciente necesidad de recursos financieros para atender sus funciones.

Y uno de los inconvenientes que el municipio de Chajarí ha tenido es precisamente el de utilizar como mecanismo de financiamiento la postergación de pago a proveedores, aportes, contribuciones y salarios.

De manera tal que frente a este panorama, desarrollar argumentos a favor de una u otra actividad no sería lo correcto, dado que la problemática que refleja el municipio en estudio requiere de soluciones que escapen a los objetivos del presente trabajo.

Es importante también hacer mención desde el punto de vista de la actividad turística, al factor humano: la gente.

El éxito o el fracaso en este aspecto depende en gran medida de la forma en que los visitantes perciben a la gente del lugar.

El desarrollo de la hospitalidad debe ser generado a partir del aprendizaje en forma directa del personal de contacto e indirecta en la comunidad en general.

La hospitalidad de la gente del lugar puede afectar el atractivo de la localidad en varias formas.

Chajarí posee una tradición en la recepción de sus visitantes, pero es importante seguir indagando en esa cualidad para mejorar el servicio de la hospitalidad, a tal punto que cada persona de la comunidad forme parte importante del producto que se vende.

Cada persona debe convertirse en un agente de captación de nueva demanda y para ello la inversión en entrenamiento nunca representará una pérdida, sino que reforzará las fortalezas que la ciudad posee en tal sentido.

Este trabajo debe servir para identificar las múltiples posibilidades que la actividad turística representa para una ciudad como Chajarí, teniendo en cuenta todos y cada uno de los aspectos internos y externos de la comunidad.

Para ello la pregunta que plantea este trabajo para el conjunto de la comunidad en el marco de un verdadero consenso comunitario es la siguiente:

“¿Qué tan importante puede ser el turismo para vuestra economía?”

Y esta pregunta no siempre tendrá la misma respuesta por parte de todas las comunidades, debido a que la importancia del turismo en cada comunidad es diferente.

La vecina localidad de Federación, que tanta influencia ejerce sobre la comunidad de Chajarí en cuanto a su desarrollo turístico en torno a la actividad termal, responderá sin lugar a dudas de manera diferente a esa misma pregunta.

Ya que, a veces, el turismo representa para ciertas ciudades la única opción para crecer, desarrollarse y mejorar su nivel de vida.

Chajarí pivotea sobre el turismo pero no se asienta. Eso no resulta ni positivo ni negativo en tanto se reconozcan todas las posibilidades que ofrece cada una de las actividades a las que hay que echar mano al momento de decidir cómo se quiere mejorar, cómo desarrollarse, cómo vivir mejor.

Porque, tal vez, el turismo represente para Chajarí la salida social que están pidiendo muchos sectores que en este momento se encuentran desatendidos.

Entonces, la imagen ya no es aquella grandilocuente que se muestra desde la superestructura con una amplia y variada gama de números, que muchas veces nada significan.

La imagen que puede construir Chajarí en torno de su actividad turística, es la que puede generar la propia comunidad desde su visión del turismo que mira hacia fuera pero cuya necesidad esta solventando desde adentro.

¿De qué manera?

De varias maneras: desde embellecer la ciudad con sus jardines hasta la confección de un pan casero artesanal, para venderlo en las puertas de las termas al turista que llega de Buenos Aires.

Esa imagen del turismo desde y para la propia comunidad puede, sin ninguna duda, forjarse en Chajarí en su sentido social, generando espacios de integración que van a ir solucionando de manera más eficaz cuestiones sociales.

Plantear micro - emprendimientos que puedan ser integrados rápida y eficazmente al turismo mediante el sistema cooperativo, organizando familias carenciadas, para conformar pequeños desarrollos como, por ejemplo, elaboración de productos regionales (dulces, comidas, pan casero) y que este producto pueda ser vendido en un emprendimiento turístico de mayor envergadura, de manera tal que las diferentes actividades se integren y que cada sector, sobre todo los de menor representación, encuentre un lugar en la búsqueda permanente de una mejor calidad de vida.

Cada comunidad debe buscar el concepto de turismo que más se adapta a la realidad en que se encuentra inmersa y, en última instancia qué más se asemeja a su patrimonio cultural.

“Si producimos naranjas para consumo interno” (pensamiento desde adentro), “guardemos la cáscara y produzcamos también dulces y mermeladas para vendérselas a los porteños que vienen de visita” (pensamiento hacia afuera).

El desarrollo del turismo en Chajarí es importante en tanto y en cuanto permita incluir a sectores que hoy por hoy representan un verdadero potencial para la comunidad.

Cabe recordar aquí lo que enseña Philip Kotler en cuanto a diversificar la base económica de las localidades: “Los lugares no pueden depender de una o pocas industrias o negocios sobre los cuales basar su futuro. Las industrias progresan con rapidez y se deterioran debido a los cambios tecnológicos y pueden responder globalmente con rapidez a ventajas de costo que se encuentran en otros sitios. Las localidades deben aceptar el desafío de formar un portafolio bien balanceado de negocios. ...Los lugares deben desarrollar una

inteligencia más competitiva y predecir habilidades para reconocer tendencias y necesidades que surgen⁴⁷”.

Antes de pasar al último punto de este trabajo, es oportuno plasmar en un cuadro la identificación de las mayores amenazas y oportunidades que enfrenta la ciudad, principalmente en torno a la actividad turística.

⁴⁷ Kotler P. Haider D. Rein I., Mercadotecnia de localidades. 1ra. Edición México. Diana. 1994

CHAJARI TURISTICO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presencia de áreas naturales, buen ambiente natural y paisajístico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso cuidado del medio ambiente ▪ Insuficientes instalaciones que faciliten el uso turístico de los atractivos naturales ▪ Escaso aprovechamiento de las actividades náuticas ▪ Baja calidad de los diseños y servicios del equipamiento turístico ▪ Escaso aprovechamiento de todos los recursos naturales fácilmente explotables: Fauna y Flora: Caza, Pesca, Safaris Fotográficos ▪ Escaso interés en aprovechar la calidad paisajística en quintas y aplicarlas a la conformación de circuitos turísticos
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Temporada alta muy reducida
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausencia de una imagen de marca de Chajarí en relación con sus atractivos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena infraestructura de caminos de accesos a la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sin conexiones aéreas ▪ Escasa o nula señalización de caminos internos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buen asentamiento poblacional y conformación de una comunidad de alta productividad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Excesiva especulación genera conflictos de intereses ▪ Comunidad cerrada en sí misma ▪ Escaso interés en el turismo como actividad complementaria ▪ Escasa participación ciudadana en problemas comunales ▪ Varios sectores poblaciones con diferentes necesidades ▪ Falta de confianza
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alta jerarquía del patrimonio cultural en la comunidad: Se reconoce y respeta a la Inmigración colonizadora 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imposibilidad de pensarlo como un recurso de explotación turística ▪ Falta de integración de las Fiestas Comunales con el resto de la actividad turística
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Excelentes comunidades rurales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de apertura a la diversificación en las actividades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena calidad en el paisaje urbano, con presencia de amplios jardines y árboles de gran porte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso mantenimiento de plazas y jardines ▪ Escaso o nula iluminación urbana ▪ Falta de mantenimiento en el pavimento y ripio de las calles
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento de la inseguridad urbana
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociación con otras comunidades para la explotación turística de los recursos termales: Comunidades Termales 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Posesión de un producto turístico nuevo en la ciudad: Termas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El mismo producto lo ofrecen en cinco localidades vecinas más próximas a centros emisivos de visitantes
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso reconocimiento de las potencialidades de actividades propias
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de planificación turística ▪ Reducida visión del concepto Turismo ▪ Escasa especialización y profesionalización de la actividad
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso uso de los recursos turísticos por parte de la propia población
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Voluntad de acuerdos del sector público y privado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conflictos de intereses entre ambos sectores repercuten sobre toda la comunidad

AMBITO EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Altos recursos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índices magros de inversiones
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Importante peso del mercado provincial y regional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las restricciones económicas que sufre la Argentina impacta negativamente en el turismo interno
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El Producto Termal Provincial se va instalando en mercados extra provinciales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fuerte Competencia del mismo productos en otras plazas con mayor calidad de servicios turísticos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marcado incremento en el turismo alternativo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creciente oferta de productos similares relacionados con los recursos naturales
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El mercado termal tiene un peso importante en su propia área 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El MERCOSUR favorece la integración con Brasil 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escaso movimiento de visitantes provenientes del Brasil

Los aspectos positivos que caracterizan a Chajarí encuentran inmediatamente su opuesto en las debilidades que presenta que, de no superarse, obstaculizarán el desarrollo de la ciudad y la actividad turística.

La pureza, calidad y cantidad de sus recursos naturales le otorga la potencialidad de poder aprovecharlos para desarrollar buenos programas de ecoturismo, turismo rural, aventuras, etc.

Si bien la infraestructura de la ciudad se encuentra deprimida, de salvarse ésta circunstancia, reforzará la potencialidad apuntada anteriormente.

Asimismo, y a pesar de las debilidades indicadas respecto a la comunidad, las diferentes comunidades tanto urbanas como rurales, permitirán a la ciudad, de mejorarse los obstáculos y restricciones que presentan los aspectos físicos, integrarse al resto de la oferta turística provincial como un verdadero centro turístico.

Chajarí presenta algunas debilidades que deben resolverse desde la esfera gubernamental:

Escaso mantenimiento de la infraestructura, planta de servicios comunal, inexistencia de una plan estratégico de desarrollo para la ciudad, reglas para la protección del medio ambiente, utilización prospectiva de los derechos sobre el Lago de Salto Grande y desaprovechamiento de las temporadas de primavera y otoño.

Otras deben formar parte del consenso de toda la comunidad:

Participación ciudadana en los problemas comunales, reforzar la confianza en sí misma, reorientar los conflictos de intereses en pos de objetivos comunes, apertura de la comunidad en su concepto de ganancia, integración del turismo como actividad complementaria, integrar a los sectores de la sociedad que se encuentran actualmente relegados de cualquier otra actividad, mejorando su calidad de vida.

El aprovechamiento del acervo cultural como un factor que aumente la cantidad de productos turísticos locales, permitirá la integración de actividades tradicionales hacia otras nuevas, dando lugar a la diversificación.

Buscar soluciones funcionales y arquitectónicas para los atrasos existentes en el equipamiento turístico, conjuntamente con la capacitación permanente del personal de contacto y de gestión.

Evitar la improvisación ante la falta de conocimiento básico, en cuestiones de hospitalidad y turismo, teniendo en cuenta que las buenas intenciones, la buena voluntad y la amabilidad no alcanzan para satisfacer las exigencias cada vez más estrictas en esta materia, integrando a escuelas y universidades regionales, provinciales y nacionales que pueden desarrollar cursos de perfeccionamiento y capacitación.

Se debe confeccionar un programa estratégico para hacer frente a la competencia que conforma la oferta de un mismo producto por parte de las comunidades vecinas, reforzando las fortalezas que poseen los recursos ambientales y paisajísticos que son exclusivos de Chajarí: Quintas y Costas sobre el Lago Salto Grande.

Apuntar a una repetición en la visita al lugar de la mano de un buen nivel y calidad de los servicios.

Indagar sobre las posibilidades que presenta el MERCOSUR sobre la demanda potencial en la integración turística entre Brasil y Argentina.

Chajarí ofrece oportunidades, pero tiene que comenzar a hacer frente a las propias amenazas que se van presentando desde el sector económico hacia la incipiente actividad turística de la ciudad.

Lo que se percibe a través del trabajo de campo es la falta de una visión amplia del concepto turismo, por lo que salir de ese concepto estrecho, permitirá jerarquizar la actividad, llevándola a los niveles en que se encuentra el reconocimiento de su patrimonio natural y cultural de la propia ciudad.

Otra percepción respecto a la realidad es la necesidad de fortalecer el concepto de ganancia en todas y cada una de las áreas que conforman la ciudad y su comunidad, en el convencimiento de que es posible salir, no sin un alto grado de esfuerzo, del estancamiento en que se encuentra.

Un plan de desarrollo será una de las llaves para generar el cambio. Un plan que procure conciliar el conflicto y el consenso como dos factores actuantes en los procesos sociales (Ander-Egg, 1995).

Y esto puede realmente suceder por cuanto no existe en la comunidad un enfrentamiento antagónico de los sectores sociales, sino que existe una superposición de intereses y necesidades que dificulta el logro de los objetivos por ellos propuestos.

Una vez organizado esto, esos conflictos resultarán intrascendentes al analizar las coincidencias del conjunto.

El hecho de accionar sobre determinado aspecto de la realidad no significa dejar de actuar sobre otros.

Es cierto que los entornos son difíciles y que siempre los recursos son escasos, es verdad.

Pero no es menos cierto que las necesidades básicas hay que continuar atendíéndolas.

Y también y simultáneamente hay que hacer frente a los cambios.

La vida de una comunidades significa una permanente reelaboración de avances y retrocesos, de pérdidas y de fracasos, de objetivos y metas que cumplir.

Eso es exactamente lo que no sucede en Chajarí, no se reelaboran las pérdidas ni los fracasos.

Entonces, se deben construir las termas, pero no continuar con el mantenimiento de la infraestructura de la ciudad. La comuna avanza sobre el pavimento del Barrio Centro, pero no extiende la red cloacal a los Barrios Sacachispas, Salto y Chaco. Se atiende a los visitantes y se olvida a la comunidad.

El gran desafío de Chajarí seguramente no se encuentra en el desarrollo de la actividad turística en particular, que fuerce desarrollar un perfil turístico que quizá la ciudad jamás tendrá, sino en encontrar la forma de reorganizar su

propia comunidad, construir un camino propio que permita la cristalización de los objetivos propuestos por todos los sectores de la sociedad.

Para ello la comunidad debe aprender a enfrentar los riesgos que los cambios proponen.

La primera acción de ese enfrentamiento es el cambio de actitud en la inteligencia de que el futuro individual depende del avance que logre la propia comunidad.

La comprensión solamente de este argumento, posibilita en primera instancia el establecimiento del tipo de visión, del tipo de comunidad que se desea tener.

3. Logros

Determinadas acciones producen el efecto de lograr algo.

Lucrum, la palabra latina, contiene un sentido de ganancia que es producto o consecuencia de la acción que ha sido expresada en un objetivo claro de cara a obtener resultados.

Ese es el sentido de éste último segmento en este trabajo.

Proponer una serie de objetivos a cumplir y que permitan flexibilizar las ideas como propósito último que realice un verdadero aporte al mejoramiento social desde una apertura hacia el diálogo.

Conocer exactamente qué se quiere hacer permite establecer el campo de acción en donde se trabajará, y explicar, por ejemplo por qué se debe tener una nueva estrategia para implementar diferentes actividades, entre ellas el turismo.

Trabajando con objetivos compartidos y propósitos comunes, se maximizarían las actividades, lo que generaría empleo, mejoraría la riqueza y promovería el espíritu empresarial de sectores deprimidos.

Los aspectos sociales, culturales y ambientales deben estar integrados como forma de apoyo a las tradiciones de la actividad agrícola, a fin de mantener con ellos la calidad de los recursos en donde el turismo pueda proveer incentivos para proteger lo construido, cuidando el medioambiente y manteniendo la variedad de la cultura local.

Allí donde el turismo es una actividad popular, apuntalar la actividad comercial y ayudar a regenerar las áreas urbanas y rurales.

Es indudable que la acción de gobierno es importante en la medida que éste incluya medidas estratégicas, reconociendo al turismo como una actividad de crecimiento económico en la zona, maximizando su potencial para mejorar la ciudad y el campo, e incorporando beneficios sociales de los recursos existentes que permitan a la gente disfrutar de los beneficios de un descanso en unas vacaciones.

Es cierto que existen debilidades que son generales para todos los ámbitos del turismo.

Dada su diversidad, puede existir cierta falta de habilidad en la forma de pensar y actuar en forma estratégica.

No siempre la actividad provee de igual forma, ya que existen temporadas reducidas que se ven afectadas por modas o intereses diversos.

Otras veces, desde el gobierno local, la propia actividad carece de información o de habilidad para interpretar y responder en áreas como la planificación y la infraestructura local.

Teniendo en cuenta y conociendo las debilidades se puede trabajar en forma asociada, compartiendo objetivos y metas comunes.

De qué forma se establece el marco que permita ir paulatinamente hacia un desarrollo del turismo, reconociendo que el mismo tiene importancia en la zona y que, en mayor o en menor medida, tendrá un impacto en la vida de la comunidad.

La rapidez de los cambios exige poseer una estructura moderna para ayudar al éxito de las actividades, es por ello que se debe poner todo el empeño en hacer efectivas las estrategias necesarias para fortalecer el concepto de turismo en la ciudad, desde una perspectiva amplia que involucre a todos sus recursos naturales y atractivos culturales.

El rol del municipio debería estar orientado a dirigir las fallas que se vayan presentando en la actividad, con conocimiento de las formas de direccionar y apoyar los diferentes emprendimientos.

Chajarí tiene que concentrar sus esfuerzos en áreas tales como:

Investigación: manejando buena información para llevar adelante su planificación. Los pequeños y medianos negocios de la ciudad son los que más necesitan de asistencia en el uso de la investigación para alcanzar las mejores ventajas.

Calidad: desarrollando servicios creíbles, uniformes y consistentes, que motiven a los visitantes a regresar de tanto en tanto a un establecimiento en particular. La calidad en este punto es vital. Y el mensaje debe ser claro para todos los prestadores de servicios y se debe poner el acento en ello para que tomen las medidas adecuadas.

Innovación: integrando nuevas ideas, estimulando y alentando a la gente a innovar, desarrollando nuevas formas de identificación con otras actividades sin dejar las tradiciones, permitiendo airear situaciones con la generación de nuevas ideas y nuevas practicas de trabajo.

Información: supervisando su recolección y análisis, que permita confeccionar una buena base de datos, un buen registro, que sea accesible a todos para su análisis y comparación.

Expresar y actuar: para alcanzar el éxito, para mantenerse en el tiempo, animarse a tener un rol protagónico dentro de una actividad. Desde el gobierno adoptando políticas sustentables y desde la actividad privada promoviendo la generación de nuevos socios, nuevas organizaciones que permitan establecer vínculos económicos, construyendo canales de comunicación entre la comunidad, sus habitantes y zonas rurales.

Establecer objetivos comunes tales como economía social, sustentabilidad y protección del mediambiente. Si el objetivo común es fuerte, se acrecentará el rol participativo de toda la comunidad, se promoverá la incipiente actividad turística, y la comunidad local comenzará paso a paso a obtener un máximo beneficio de una nueva actividad complementaria.

Los objetivos deben alcanzar a la gente y su capacitación.

Es imprescindible que la ciudad tenga empleados capacitados, de la mano de una fuerte política de empleo.

Para ello la inversión en entrenamiento es esencial, por lo que la actividad tiene que estar orientada también en la coordinación del entrenamiento de sus empleados, en forma permanente.

Siendo tan importante para la zona la actividad del campo, ésta debe integrar al turismo, y viceversa sobre todo en áreas en donde la industria local o la agricultura están en declinación.

Mejorar áreas rurales a través de renovación de edificios históricos, procurar el mantenimiento de las economías regionales, protegiéndolas desde la diversificación por ejemplo en el turismo rural.

Y, sin ninguna duda, esta actividad la puede llevar a cabo el área gubernamental desde su Dirección de Turismo, alentando a la producción de bienes locales como comidas, vinos, cervezas, etc. También desde el servicio, generando empleos para la gente del lugar y ofreciendo facilidades a los visitantes que motiven la compra de esos bienes locales.

La visión amplia del turismo que debe instalarse en la gente debe proponer la integración de una alianza entre las autoridades locales, los operadores de turismo y la comunidad local para desarrollar estrategias que revistan beneficios propios y en última instancia para los visitantes.

Chajarí no tiene que olvidar que es ella misma la que logrará con su comunidad y sus recursos mejorar su posición actual, haciendo frente a las amenazas y aprovechando todas y cada una de las posibilidades que el entorno ofrece para enfrentar el desafío que significa madurar, crecer y desarrollarse.



ANEXOS

1. Guías de observación

GUIA DE OBSERVACION TERMAS CIUDAD DE CHAJARI

TERMAS NOMBRE:..... FECHA.....HORA.....							
	CANTIDAD	BUENO	MALO	SATISFACTORIO	EXISTE	NO EXISTE	OBSERVACIONES
Estacionamiento							
Recepción							
Piletas							
Vestuarios							
Bar							
Restaurante							
Bungalow							
Usuario							
Comercios							
Distintos Servicios							
Productos Regionales							
Parques							
Yacuzzi							
Regimen de Limpieza							
Personal de Atención							
Actitudes							
Tarifas							
Ambientación							

2. Temas de entrevistas

Entrevista tipo

Temas

Turismo como actividad productiva:

- Determinación del impacto económico para los diferentes productos turísticos
- Estudios estratégicos de los productos
- Las inversiones
- Calidad de los servicios
- Marketing: como se lleva adelante
- Información
- Integra la actividad tca. el PBI, que incidencia tiene, que porcentaje
- Diferentes formas de desarrollos turísticos no convencionales: paleontológicos, arqueológicos, científicos, étnicos, religioso y rural

La comunidad

- Panorama actual de la ciudad
- Problemas y obstáculos a solucionar a corto plazo
- Ubicación de la actividad turística en ciudad y los habitantes
- Proyectos turísticos en la ciudad
- Reclamos de la comunidad
- El turismo y su desarrollo en la ciudad y zona de influencia
- Pro y contra de invertir en las termas
- Interés de la gente por el turismo
- Plan de desarrollo
- CAFESG
- Calidad, servicios tcos, planta tca. , concientización

Organización Administrativa de las Comisiones:

Comisión Municipal de Turismo:

- Quiénes llevan adelante las políticas turísticas
- Cómo se agrupa el sector privado, prestadores de servicios, diversas instituciones relativas al turismo
- Sector público
- Secretaria de turismo, de quién depende
- Cuántas personas se desempeñan en el área: cuántos son los de planta permanente, cuántos contratados., y cuántos a promociones sociales.
- Quién dirige: director, directora, secretaria
- Qué presupuesto tienen , cuál es el proyectado
- En la cifra anteriormente mencionada, se incluyen uniformes y equipos, artículos de limpieza, útiles libros e impresos, viáticos y movilidad, comunicaciones, energía, cortesías homenajes y conmemoraciones y promoción
- Normativas legales a las que se ciñe el desempeño de la actividad turística en materia de turismo:
Carta Orgánica Municipal: ¿se aborda en ella la temática del turismo?

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

- Qué tipo de normativas municipales tienen vigentes respecto de la actividad turística: **disposición, ordenanza, Adhesión, decreto, decreto provincial, resolución, ley.**
 - Plan municipal de turismo
 - Planificación turística de municipios. Aplicación práctica, es decir si de haber una, ésta se aplica

 - Se encuentran delimitados los objetivos de la gestión de la Secretaría de Turismo para el periodo, ej. 2003/2004
- Sector privado**
- Cómo está compuesto: instituciones vinculadas al turismo (ejemplo, clubes, artesanos, bibliotecas, bomberos, cooperadora, comisiones civiles, asociaciones, centros tradicionalistas, sociedad rural, policía)
 - Se nuclean todos en la cámara de Comercio, Turismo, o similar

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA

- Productos turísticos
- Cuántos y cuáles son, se los tiene identificado, atractivos turísticos, relevamiento.
- Cantidad de turistas arribados en un período – segmentación tipo de turistas que visitan. Su gasto, sus actividades
- Identificación del principal ente emisor de turistas (de dónde vienen)
- Estudio de demanda real y potencial
- Inventario de atractivos turísticos
- Inventario de establecimientos de hotelería y gastronomía
- Calendario de celebraciones locales

TERMAS

Comisión administración de termas:

su organización, dirección y puesta en marcha, gestión administrativa.

Actividad termal: complejos termales

Antecedentes: la inversión

- Cuál es el monto que tiene la construcción de un centro termal de cualquier tipo (es similar a la construcción de un hotel?) DESDE SU PROYECTO HASTA LA PUESTA EN MARCHA, COMO SE FINANCIA, COMO SE PAGA

CUANTO DURA EL RETORNO DE LO INVERTIDO. ES RENTABLE TENER UNA TERMA EN FUNCIONAMIENTO

- La rentabilidad de los complejos termales
- Su incidencia en la PBI de la región

Hubo estudio de mercado?

- QUE SE PUEDE PRODUCIR
- COMO SE DEBE PRODUCIR
- CUANTO SE DEBE PRODUCIR
- A QUIEN SE LO VA A VENDER
- El recurso
- Calidad
- Volúmenes necesarios
- Explotación estable y prolongada
- Características fisicoquímicas y bacteriológicas
- Información acerca de la zona en general

Cómo se lleva adelante la caracterización y calificación de las fuentes, refiere a rigurosidad científica, quién la lleva a cabo

Organización del Complejo: la comisión, directorio, dirección

- Mantenimiento
- Cuántos puestos de empleos ha creado la instalación de las termas, en relación al complejo, su distribución, horarios salarios,
- Tratamiento del excedente de aguas
- Se ha declaró desde la esfera gubernamental la utilidad pública o de uso social de las termas, que legislación sanitaria poseen. Perímetros de protección:
- Zona I régimen estricto: de forma circular de 25 a 50 metros de radio, con barrera física, accede solamente personal de mantenimiento se desarrollan actividades propias de la captación de agua.

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

- Zona II o de limitaciones especiales: contaminación química o microbiológica, en función de las condiciones hidrogeológicas e hidrodinámicas del entorno y del acuífero. Se evitarán labores agrícolas, crianza vacuna, instalaciones, industriales. Los bordes de este perímetro se fijan con una distancia tal que impidan la llegada a la fuente de contaminantes provenientes de la actividad del hombre
- Zona III de limitación moderada abarca toda la cuenca hidrogeológica

Actividad Turística Termal:

- Cómo se determina el precio para el ingreso a las termas
- Tipología de visitante, usuarios, grupos, estadía, segmentación, origen
- Estadía de los visitante,
- Temporalidad
- Cómo se combina con los otros productos, hotelería y gastronomía
- Control médico de los usuarios, manejo, atención, quiénes no pueden usar las termas, qué pasa con las infecciones, sanidad vs. Usuarios
- Impacto de los trabajos de captación y protección del recurso en la etapa de operación de la instalación

Tipo de agua termal, usos

- A partir del recurso termal qué productos han identificado que es posible obtener de él

Varios:

- Combinación del recurso termal con otro recurso turístico para su mejor aprovechamiento
- La soledad del recurso termal, la falta de propuesta, tema de discusión
- Transporte
- Guías turísticos en la ciudad

Temas prioritarios de la Adm. Turística en la región

- Fortalezas identificadas

**FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL**

- Amenazas identificadas
- Obstáculos identificados
- Debilidades identificados

Fondos municipales vs. Provinciales

Inversión privada: dónde es necesario, ¿se logra?

Proyectos a corto y largo plazo

La crisis económica social y su incidencia en la concreción de los proyectos turísticos

3. Guía de preguntas para entrevistas

GUIA DE PREGUNTAS

1. ¿Cómo es la actividad Turística en la Ciudad?
2. ¿Tienen identificado qué impacto económico producen los diferentes productos turísticos que aquí se comercializan?
3. ¿Hay un estudio estratégico de los productos?
4. ¿Qué inversiones existen en la ciudad en materia turística?
5. ¿Cómo se lleva adelante la actividad relativa al marketing turístico?
6. ¿Pueden medir la actividad turística mediante indicadores, es decir es verificable la actividad turística en el PBI, de la ciudad?
7. ¿Tienen pensado incluir diferentes formas de desarrollos turísticos no convencionales, por ejemplo : PALEONTOLÓGICOS, ARQUEOLÓGICOS, CIENTÍFICOS, ÉTNICOS, RELIGIOSO Y RURAL
8. ¿Han identificado cuántos y cuáles son sus productos turísticos, cuántos atractivos, haciendo un relevamiento de los mismos? Inventario Turístico
9. ¿Qué tipo de turistas reciben?
10. ¿Hay un estrategia de segmentación?
11. ¿Cuántos turistas reciben en un período?
12. ¿Tienen identificado cuál es el gasto por turista?
13. ¿Tienen identificado qué actividades realizan?
14. ¿De dónde proviene la mayor cantidad de turistas?
15. ¿Han estudiado la demanda real y potencial de la ciudad?
16. ¿Cómo es la organización Administrativa de la actividad Turística? VER GUIA DE TEMAS
17. ¿Actividad Turística Termal? VER GUIA DE TEMAS
18. ¿Cómo se enfrenta la crisis social y económica local y provincial, con el emprendimiento turístico de la ciudad?
19. ¿Cuál es el panorama actual que se vive en Chajarí?
20. Nombrar tres problemas/obstáculos a solucionar a corto plazo
21. ¿Qué problemas tiene una solución con un plazo más lejano?
22. ¿Cuál es el peso que tiene la actividad turística en Chajarí?

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

23. ¿Considera que realmente la actividad turística puede ayudar a mejorar la situación de la ciudad?
24. ¿Cómo se implemente esa actividad dentro del programa a desarrollar en su propuesta política?
25. ¿Cómo califica a la actividad turística?
26. ¿Considera que a sus electores le interesan los proyectos turísticos en la ciudad?
27. Las demandas sociales y los proyectos municipales en turismo
28. ¿Cuáles son los reclamos de la gente?
29. La gente y la actividad turística
30. Calidad y Servicios en alojamiento y gastronomía
31. Concientización turística

4. Le Corbusier

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

Biografía

Le Corbusier, cuyo verdadero nombre era Charles-Edouard Jeanneret nació el 6 de octubre de 1887 en La Chaux-de-Fonds, en la región del Jura. Su padre era pintor de cuadrantes de reloj, y su madre -Marie Charlotte Amelie Perret- música. Precocemente, él mostró un gran talento para el dibujo, de modo que a los catorce años ya era admitido en la École d'Art de La Chaux-de-Fonds, escuela fundada en el siglo XIX, en especial para la formación de grabadores y operarios de la industria relojera. Un profesor suyo, Charles L'Eplattenier, ayudó a fomentar en el joven Jeanneret el interés por la arquitectura, al frecuentar los cursos de la nueva sección de la escuela dedicada a la escultura y a la pintura mural.

Con apenas 18 años, se le rogó que construyera una villa para uno de los miembros del comité de dirección de la Escuela de Arte. Con sus honorarios, Charles-Edouard Jeanneret emprendió un viaje que le llevó, por Italia, Budapest y luego a Viena. En Austria frecuenta el estudio de Josef Hoffman, pero es fascinado por el anticonformismo de Adolf Loos.

En febrero de 1908, contando con 20 años, el joven fue por primera vez a París, donde pasó una larga temporada. Conoció allí a Auguste Perret, con quien trabajó durante quince meses como arquitecto y aprende la importancia determinante del cemento armado. Luego, por encargo de la Escuela de Arte de La Chaux-de-Fonds, realizó un viaje a Alemania para estudiar el movimiento de las artes aplicadas en ese país. Es muy impresionado por la fuerza y la organización del movimiento, pero, en cierta medida crítica: "El conjunto era sorprendente de armonía, y ciertamente muy nuevo para los franceses de hoy; pero a los alemanes les falta tradición y sus manos son todavía inhábiles." En Berlín frecuenta el estudio de Peter Behrens, donde conoce a Mies van der Rohe y a Walter Gropius. De Behrens aprecia la claridad de expresión conceptual que permite enfrentarse y resolver las relaciones entre dibujo e industria, y deja entrever las posibilidades de desarrollo que se abren a la arquitectura.

Después el joven realiza en 1911 y 1912 un viaje por los países balcánicos, luego visita Bulgaria, Estambul, Atenas y Roma para regresar por unos años a su villa natal, donde completa su elección orientándose hacia las tendencias racionalistas. [ver la sección dedicada a sus primeras villas] En esta fase define los componentes de su formación que se delinean claramente en el proyecto de la casa Dom-ino: un sistema de construcción por montaje "Dominó", en el cual la armazón, postes, techos y escaleras, son prefabricados, pudiéndose combinar en las más diversas formas.

Para 1917, a la edad de 30 años, se instala definitivamente en París. Allí pintó sus primeros cuadros y mantiene una estrecha amistad con el pintor Amédée Ozenfant. Al año siguiente, del trato y colaboración con Ozenfant nace el manifiesto Après le cubisme, que es el acto fundacional del movimiento purista. Poco después, con Ozenfant y el poeta Paul Dermée; funda la revista L'Esprit Nouveau, revista internacional de estética y cuyo lprimer número aparece el 15 de octubre de 1920. En esta revista, Le Corbusier realiza gran cantidad de artículos sobre arte y arquitectura.

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

De 1920 a 1922 elabora el proyecto para la casa Citrohan y lanza la fórmula de la machine a habitier. En 1922 se asoció con su primo Pierre Jeanneret para abrir el estudio de la Rue de Sevres, 35 en el que comenzó una lucha (de varias décadas) por una arquitectura que habría de ser la expresión de nuestro tiempo y no un plagio de las culturas pasadas. Sus estudios de arquitectura y urbanismo los presentó en 192 en su Plan para una ciudad contemporánea de 3 millones de habitantes, que contiene ya todos los elementos del urbanismo moderno. En 1923, aparece la primera publicación fundamental de L. C. y una de las más notables, Vers une Architecture. Allí toma de nuevo y desenvuelve los artículos aparecidos en la revista "Espirit Nouveau". Durante los siguientes años, la casa Crés edita sucesivamente ocho publicaciones en la serie "Espirit Nouveau". Son editadas por primera vez con su nuevo nombre Le Corbusier, que tomó de una rama de sus antepasados originarios de Francia.

En 1925, con ocasión de la exposición internacional de Artes Decorativas de París, realiza para el pabellón del "L'Espirit Nouveau" el modelo en tamaño natural de una de las celdas de habitación de los inmuebles-villas, y expone el "Plan Voisin" para París (el plano ha tomado el nombre del industrial constructor de autos y aviones merced a cuya financiación se construyó el pabellón). Según Le Corbusier, el primer deber de nuestra época es alojar a las masas de manera decente y humana. Esto es sólo posible merced a la fabricación industrial de apartamentos estándar y gracias a un urbanismo racional. En 1925, presenta el estudio para el concurso del palacio de la Sociedad de las Naciones en Ginebra, pero la hipocresía oficial tras un concurso de segundo grado, prefiere confiar el encargo a cuatro arquitectos exponentes de la corriente académica todavía imperante (en el concurso de primer grado, el proyecto de Le Corbusier había sido descartado porque no se realizó en tinta china).

Para defender la causa de la arquitectura moderna, funda en la primavera de 1928 en la ciudad de Sarraz, y en colaboración con Sigfried Giedron y los mayores arquitectos del movimiento moderno el C.I.A.M. (Congres International d'Architecture Moderne).

Con la realización de grandes proyectos como la Cité de Refuge del Ejercito de Salvación de París, Le Corbusier sigue con sus estudio teóricos sobre urbanismo y proyecta planos de ciudades como Buenos Aires, Bogotá, Moscú, Esmira, etc. Es invitado a numerosas giras de conferencia que lo llevan por las grandes capitales del mundo y que le sirven para presentar sus ideas sobre arquitectura y urbanismo.

En 1940, poco después del principio de la guerra, Le Corbusier deja París y se traslada a la zona libre, donde se dedica principalmente a la pintura y a estudios teóricos como Le Modulor. En 1944, de vuelta en París, inicia un período de trabajo arquitectónico muy intenso. La Unité d'habitation, que realiza en Marsella para el Ministerio Francés de la Reconstrucción (1945-52) le da, por fin, ocasión para realizar de manera convincente su idea de siempre; la célula de vivienda prefabricada en serie por procedimientos industriales, desde la casita al gran bloque de viviendas.

Gracias al gobierno de la India, en 1950, Le Corbusier, a quien se encomendó construir Chandigarh, nueva capital de Punjab, tuvo la posibilidad, por primera vez, de realizar sus ideas urbanísticas. En 1953, L. C. realiza su primer edificio sacro; la capilla de peregrinación de Ronchamp, que al igual la Unité d'habitation, se halla entre las obras que han dado celebridad al nombre de Le Corbusier más allá de los medios profesionales. El convento de La Tourette, en Eveux, cerca de Lyon, es otro gran ejemplo de arquitectura sacra. Le Corbusier no asistió a la realización de sus grandes proyectos finales, como el

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

hospital de Venecia, la Embajada de Francia en Brasilia y el Palacio de Congresos en estrasburgo. Murió víctima de una crisis cardíaca el 27 de agosto de 1965 mientras se estaba bañando en el Mediterráneo. "Es un poco extravagante haber trabajado tanto. Trabajar no es un castigo, trabajar es respirar". L.C.

El 27 de agosto de 1965, André Malraux despide al gran maestro de la arquitectura moderna: "Fue pintor, escultor y más secretamente poeta. No luchó ni por la pintura, ni por la escultura, ni por la poesía. Sólo luchó por la arquitectura. Su famosa frase: "Una casa es una máquina para vivir", no lo pinta bien; sí lo hace otra frase: "La casa debe ser el estuche de la vida, la máquina de felicidad." Siempre soñó con ciudades, y su proyecto de ciudad radiante son torres que se levantan en inmensos jardines. Este agnóstico construyó la iglesia y el convento más fantásticos del siglo. Al final de su vida decía: "Trabajé por lo que más necesitan los hombres hoy: el silencio y la paz."

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

5. Plan Estratégico de Federación

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

Federación
Entre Ríos
República Argentina

Marzo de 2001

**¿COMO
HACEMOS PARA
HACER?**

“Nosotros, todos los habitantes de la ciudad, hemos elaborado un cálculo que precede y preside la acción de modificar nuestra realidad”

Lic. Carlos Baroli
Sobre una idea de Eduardo Resse

EL PLAN NO ES “LA SOLUCION”

**ES UN DOCUMENTO
QUE CIERRA LA INSTANCIA DE
PLANIFICACIÓN
Y
ABRE LA INSTANCIA
DE LA ACCION**

“El Plan Estratégico es un instrumento de gestión. Su objetivo es servir de herramienta para transformar la realidad”

Eduardo Resse

¿COMO
PROPONE EL
PLAN
MODIFICAR
NUESTRA
REALIDAD?

MEDIANTE LA DEFINICION DE

**LA VISION TURISTICA QUE LOS HABITANTES DE
FEDERACION SE DAN A SI MISMOS**

EL OBJETIVO GENERAL DEL PLAN

OBJETIVOS PARTICULARES

EL MARCO ESTRATEGICO

IDEAS FUERZA

PRODUCTOS TURISTICOS

ESTRATEGIAS ESPECIFICAS

METAS INICIALES

PROGRAMAS

ACCIONES

LA VISION

POLO, TURISTICO,
TERMAL, LACUSTRE
E HISTORICO

Y

CENTRO DE TERAPIAS
ALTERNATIVAS

EL OBJETIVO GENERAL DEL PLAN

**DISEÑAR UN
MODELO DE
DESARROLLO QUE
CONTRIBUYA A
ALCANZAR LA
VISION DESEADA**

EL MARCO ESTRATEGICO

SER MEJORES
Y
HACER MEJOR

OBJETIVOS PARTICULARES DEL PLAN

Servir de guía para todas las actuaciones turísticas ambientales de todos los actores locales y de los turistas.

Potenciar el desarrollo de un pensamiento estratégico orientado hacia el turismo.

Crear estructuras de gestión que posibiliten el aprovechamiento integral a perpetuidad de los recursos y de todos los factores de la producción, que a la vez cumplan con las aspiraciones sociales, económicas y ambientales de las autoridades municipales y la población.

Involucrar a la población en el desarrollo turístico, tanto como componentes de un producto integral como destinatarios de los beneficios que el mismo pudiese generar.

Conocer, satisfacer y retener al cliente.

Conocer y motivar a quienes hoy no son clientes.

Rentabilizar las inversiones privadas y públicas existentes y las que puedan incorporarse en el futuro.

Incorporar al desarrollo turístico recursos no turísticos o que tradicionalmente se mantuvieron al margen de la actividad.

Orientar a potenciales inversores en los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Afianzar los procesos de identificación y pertenencia de los habitantes.

Rescatar y revalorizar artes y oficios.

Valorizar, proteger e incrementar el patrimonio cultural.

Generar mayores ingresos para el conjunto de los habitantes con una mayor fijación del gasto turístico en la localidad.

Crear oportunidades laborales.

Mejorar la infraestructura y de los servicios y equipamientos comunitarios.

IDEAS FUERZA

**1. ALCANZAR LA DIVERSIFICACION ECONOMICA PRODUCTIVA
DE BASE TURISTICO-AMBIENTAL**

**2. CREACION DEL
ENTE PROMOTOR DEL DESARROLLO TURISTICO-AMBIENTAL
DE FEDERACION**

**3. DESARROLLAR LA ESPECIALIZACION EN
TURISMO ESCENICO**

**4. DESARROLLO E INTEGRACION TOTAL
DE LA CIUDAD VIEJA**

**5. DESARROLLO INTEGRAL DE LA
IDENTIDAD LACUSTRE Y REGIONAL**

6. DESARROLLO INTEGRAL DEL PARQUE TERMAL

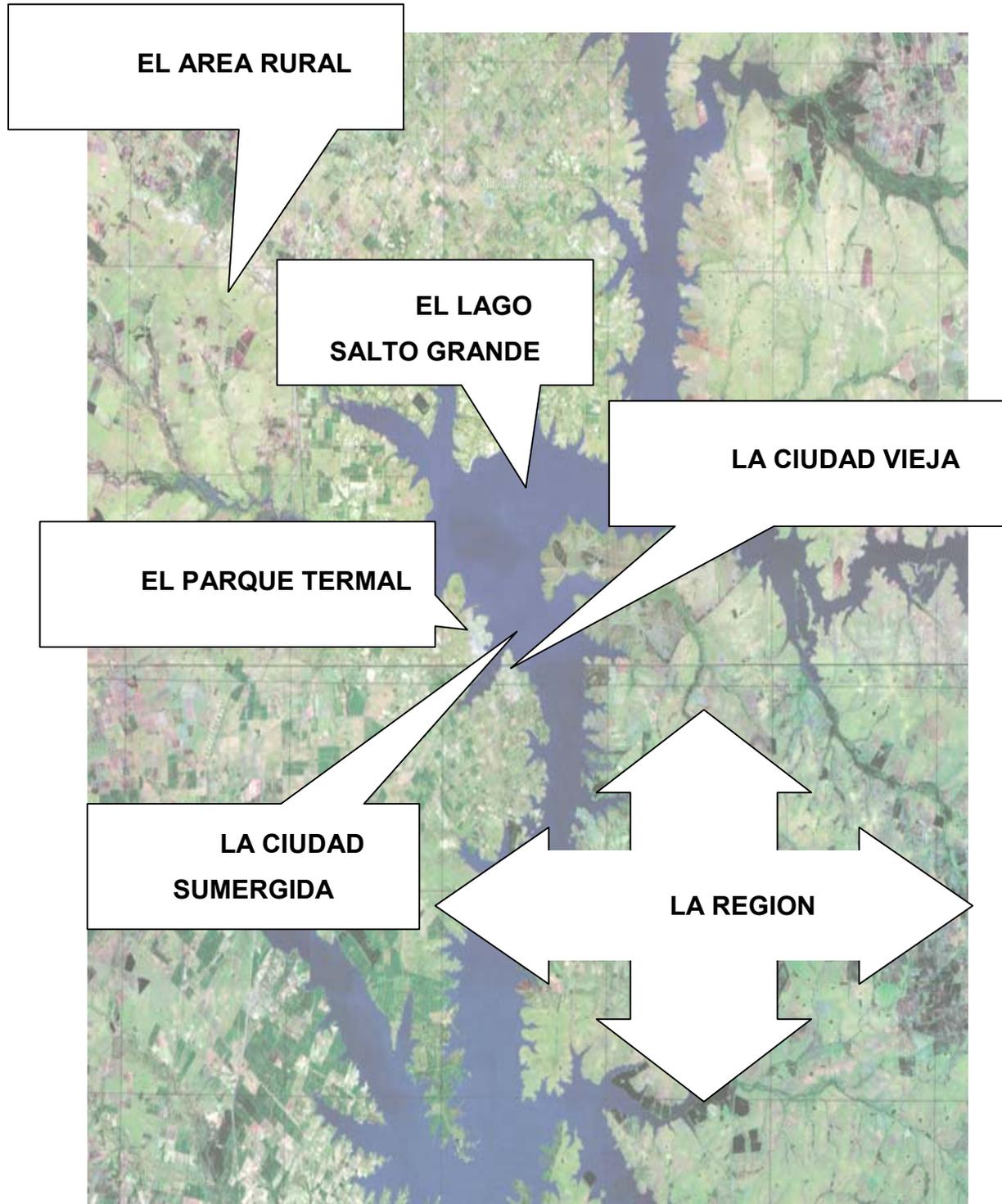
7. PERSEGUIR LA EXCELENCIA TURISTICO-AMBIENTAL

**8. TRANSFORMAR A FEDERACION EN UN
POLO DE ATRACCION TURISTICO, TERMAL, LACUSTRE E HISTORICO**

**9. TRANSFORMAR A FEDERACION EN UN CENTRO DE TERAPIAS NATURALES
(Físicas, mentales y espirituales)**

**10. TRANSFORMAR LA GESTION TURISTICA MUNICIPAL Y
PROMOVER EN LA COMUNIDAD UN CAMBIO CULTURAL, DE APERTURA
Y PARTICIPACIÓN**

PRODUCTOS TURISTICOS



FEDERACION – ENTRE RIOS
 PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS

Estrategia de consolidación del producto termal

Enmarca las acciones que deben implementarse para frenar el deterioro incipiente del Parque Termal, rediseñar su sistema de gestión y servicios, programar su equipamiento, capturar nuevas demandas y aumentar su rentabilidad.

- PROGRAMAS
- DE GESTION.
 - PARTICIPATIVO.
 - DE MERCADO.
 - DE MEJORA DE LA OFERTA.

Estrategia de desarrollo del producto lacustre

Tiende a integrar el espejo de agua a la ciudad, como un paisaje observable y vivible en sus aspectos recreativos y deportivos, y de integración regional.

- PROGRAMAS
- DEPORTIVO.
 - RECREATIVO.
 - DE MEJORA DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.

Estrategia de apoyo al desarrollo del sector privado

Busca a través de una alianza entre los sectores público y privado, lograr el fortalecimiento y desarrollo de este último en diferentes manifestaciones, a efectos de mantener el nivel de crecimiento y la rentabilidad del sistema de producción turística.

- PROGRAMAS
- INVERSION Y DESARROLLO.
 - FOMENTO A LA CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO.
 - MEJORA DE LA CALIDAD.

Estrategia de consolidación y desarrollo de productos y servicios

Contiene las acciones necesarias para perfeccionar la oferta existente, innovar lo necesario para satisfacer a la demanda, y

- PROGRAMAS
- ACONTECIMIENTOS PROGRAM.
 - CENTRO RECRETIVO Y DIDÁCTICO DE SALTO GRANDE.
 - CHAVIYU.
 - CIRCUITOS TURÍSTICOS.
 - CIUDAD SUMERGIDA.
 - CIUDAD VIEJA.
 - CULTURAL.
 - DESARROLLO ARTESANAL.
 - PARQUE LINEAL COSTERO.
 - SERVICIOS AL TURISTA.

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

Estrategia de marketing

Configura fundamentalmente el accionar para vincular a los consumidores con la oferta total de la ciudad, a través de acciones de investigación, promoción y comercialización.

PROGRAMAS
-INVESTIGACION DE LA DEMANDA.
-PROMOCION CORTO PLAZO.
-COMUNICACIÓN Y DIFUSION.

Estrategia de intervención ambiental

Representa las actuaciones necesarias para la administración ecológicamente apta de toda la ciudad y su entorno, considerando al ambiente natural y social como patrimonio principal de la ciudad.

PROGRAMAS
-MANEJO URBANO, AMBIENTAL Y TURISTICO.
-SERVICIOS PUBLICOS, EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA
-CIUDAD AMIGABLE.

Estrategia de integración regional

Implica las acciones de posicionamiento de la ciudad en el conjunto de localidades de la región para afianzar su evolución y crecimiento.

PROGRAMAS
-CORREDOR DEL RIO URUGUAY.
-CIUDADES DEL LAGO.
-FEDERACION EN ENTRE RIOS.

Estrategia de fortalecimiento institucional

Enmarca las actividades directas del sector público municipal y/o las relacionadas con él, que contribuyan a mantener la iniciativa y liderazgo en el proceso en marcha.

PROGRAMAS
-GESTION TURISTICA.
-PARTICIPACION OMUNITARIA.
-LEGISLACION Y ACUERDOS.

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

METAS INICIALES DEL PLAN

Fijar por acuerdo entre todos los sectores involucrados en el desarrollo turístico ambiental estándares mínimos de calidad, y establecer plazos para la adecuación a los mismos de la oferta existente.

Posicionar a Federación en la República Argentina como centro cultural y referencia necesaria del desarrollo integral a partir del turismo en general y del agua termal en particular.

Posicionar a Federación como la ciudad en la que mejor se da el encuentro con las aguas en la República Argentina.

Ensanchar la base de demanda real y potencial, logrando que en el término de tres años la mayoría de los habitantes de las grandes ciudades de Argentina sepan dónde se encuentra y qué ofrece como destino turístico.

Crear en el plazo de un año mercados y/o ferias tendientes al logro de nuevos espacios de exhibición y venta de los productos regionales, a partir de un sistema de admisión de participantes y estándares de calidad acorde con el marco estratégico general.

Contar en el plazo de un año con una estructura técnica y ágil que organice y elabore los proyectos necesarios para aprovechar con fines turísticos y sociales el patrimonio que representan la ciudad vieja y la ciudad sumergida.

Desarrollar nuevos productos turísticos, especialmente aquellos que puedan constituirse en motivadores de viajes por razones diferentes a las del Parque Termal en su versión actual.

Hacer del agua el elemento central de ornamentación de la ciudad.

Acordar con las autoridades nacionales y provinciales sistemas de tránsito lacustre de turistas desde Federación hacia Constitución y/o Belén y/o Arapey y viceversa.

Crear nuevas razones para el ingreso y permanencia en el Parque Termal, a partir de una integración horizontal de productos vinculados con el concepto de parque, saludable, recreativo, de vitalidad y de recuperación.

Dotar al Parque Termal de un sistema de gestión basado en el concepto de empresa turística comercial de alto impacto económico, social y cultural.

Mantener el nivel de satisfacción expresado por los turistas que se sienten proclives a retornar y/o a recomendar Federación.

Desarrollar, en el plazo de un año, por lo menos un circuito de turismo rural.

Incrementar como mínimo en un 10% anual, durante los próximos dos años, el número de ingresos al Parque Termal por parte de habitantes.

Mantener e incrementar el superávit operativo del Parque Termal.

Contar en el plazo de dos años con una playa de arena sobre la costa del lago Salto Grande.

Regularizar la situación de las plazas de alojamiento no formales.

Contar con un cuerpo permanente de Guardias Ambientales.

Incorporar Mandisoví al patrimonio público municipal.

Mejorar el nivel y variedad de las artesanías.

Dotar al Parque Lineal Costero, en el plazo de dos años, de elementos que faciliten su aprovechamiento con fines de paseo y/o deportes.

Contar con material promocional vinculado con los sonidos, imágenes y perfumes de Federación.

Dictar un mínimo de tres cursos anuales de capacitación destinados a distintos actores del quehacer turístico ambiental.

Y

DESPUES DEL
DOCUMENTO,
¿QUÉ?

O COMO LOGRAR QUE LA INVERSION SEA MAS
PRODUCTIVA

¿POR DONDE EMPEZAMOS?

SUGERENCIAS

HACER DEL TURISMO PROFESIÓN HABITUAL

HACER DE LA POLÍTICA TURÍSTICA
UNA CUESTION DE ESTADO

RECORDAR QUE LA GESTION LA HACEN LAS PERSONAS,
Y ESAS PERSONAS NO SON "LOS OTROS"

MIRAR EL CONJUNTO ANTES QUE EL POZO

CONSOLIDAR EL PARQUE TERMAL COMO EMPRESA TURÍSTICA
Y COMERCIAL, DE ALTO IMPACTO SOCIAL, CULTURAL Y
ECONOMICO

INVERTIR EN OTROS PRODUCTOS

DIFERENCIARSE DE OTROS CENTROS TERMALES POR SUMA DE
PRODUCTOS, CALIDAD Y AMBIENTE

ENSANCHAR LA BASE DE LA DEMANDA EN LOS GRANDES
MERCADOS

REPARTIR EL COSTO DE PROMOCION ENTRE TODOS LOS QUE
SE BENEFICIAN DE SUS EFECTOS

MEJORAR PERMANENTEMENTE

INNOVAR PERMANENTEMENTE

COMUNICAR PERMANENTEMENTE

CREAR UN SISTEMA ESTADISTICO CONFIABLE, BASADO EN
DATOS CIERTOS

¿ESTO GARANTIZA EL EXITO?

NO



FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía General

1. Ander-Egg E. Introducción a la Planificación. 15ª Ed. Buenos Aires: Colección Política, Servicios y Trabajo Social; 1995
2. Boullón R. Ecoturismo Sistemas Naturales y Urbanos. 1ª ed. Buenos Aires: Temas de Turismo; 1993
3. Boullón R. Los Municipios Turísticos. México: Trillas
4. Boullón R. Planificación del Espacio Turístico. 3ª ed: México: Trillas; 1997
5. Boullón Roberto. Las Actividades Turísticas y Recreacionales. El Hombre como Protagonista. 3ª ed. México: Trillas; 1990
6. Cárdenas Tabares F. Proyectos Turísticos. Localización e Inversión. 1ª ed. México: Trillas; 1991
7. Centeno R. R. Metodología de la Investigación aplicada al Turismo. Casos Prácticos. 1ª ed. México. Trillas; 1992
8. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 6, Números 1 y 2. 1997
9. Comisión de Estudios para el Desarrollo Turístico Copahue Caviahue. Plan de Desarrollo Turístico Copahue. Caviahue. 1ª. Etapa. Caviahue. Provincia del Neuquen. 1986
10. Consejo Federal de Inversiones. Bariloche: Un Plan de Comercialización Turístico. Provincia de Río Negro. Tomo I. Buenos Aires. 1986
11. Consejo Federal de Inversiones. Desarrollo Turístico de la Región de NEA: Provincia de Entre Ríos. Aspectos Funcionales: Documento XIV. Aspectos Institucionales: Documento XVI. Aspectos Económicos: Documento XV. 2001
12. Consultores Internacionales Asociados. Disponible desde: *URL*: <http://www.cinterac.com.ar/novedades.asp?l=e>
13. Department for culture, Media and Sport, Tourism Division. Tomorrow's Tourism. A growth industry for the new Millennium. London. Belmont Press. 1999
14. Diario del Viajero. La Región. Departamento Colón. Entre Ríos. Octubre 2002. Año 1 N° 1
15. El agua termal como proceso a la salud. Turismo y Salud. Zona Termal. Año 2 N° 7

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

16. Emprendimientos. Chajarí. Vida de Campo. Turismo y Salud. Zona Termal. Año 2 N° 7
17. Emprendimientos. Sabores de Entre Ríos. Turismo y Salud. Zona Termal. Año 2 N° 7
18. Facultad de Turismo Universidad Nacional del Comahue. Subsecretaria de Turismo. Ministerio de Producción y Turismo. Provincia del Neuquen. Plan de Desarrollo Turístico del Circuito Pehuenia Norte. 1994
19. Federación de Cámaras de Turismo de la Republica Argentina (FEDECATUR). Boletín Electrónico
20. Fichas bibliográficas aportadas por las asignaturas “Planeamiento Turístico” y “Antropología y Prospectiva del Hombre” correspondiente a los planes de estudio de la carrera Licenciatura en Turismo UAI 2002.
21. Guía Turística de Federación y Chajarí. Viva Termas. La guía del turista termal. Enero-Marzo 2003. Año 1 N° 1
22. Hernández D. Planificación Turística. Un Enfoque Metodológico. Ed. 1992
23. Hernández Díaz. Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación. 2ª ed. México: Trillas; 1990
24. Instituto Federal de Asuntos Municipales. Disponible desde *URL*: [Http://www.municipios.gov.ar/](http://www.municipios.gov.ar/)
25. Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. Guía para la presentación de Proyectos. 8ª ed. México: Siglo Veintiuno Editores; 1979
26. Kotler P. Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control. 8ª ed. México: Pearson Educación; 1995
27. Kotler P. Mercadotecnia de Localidades. Ed. Diana; 1994
28. Levaggi G. – Herramientas para Análisis de Marketing Estratégico: Ficha bibliográfica de la asignatura Marketing Turístico, 3 año Licenciatura en Turismo. UAI
29. Lic. Claudia Caggigas. Chajarí Perfumada de azahar. El Diario. Crónicas de Viajes. Suplemento de paisajes, culturas y viajeros. Paraná. 2002 Octubre 6. Año 1 N° 17
30. Marcos Aguinis – Escritor. Crisis Argentina. Revista La Nación, Julio 2003.

FEDERACION – ENTRE RIOS
PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO TURISTICO AMBIENTAL

31. Ministerio de Economía. República Argentina. Provincias. Panorama Actual. Disponible desde: URL: [Http://www.mecon.gov.ar/hacienda/dnper/entre_rios.pdf](http://www.mecon.gov.ar/hacienda/dnper/entre_rios.pdf)
32. Molina S. Turismo Metodología para su Planificación. Ed. Trillas; 1997
33. Noticias de Hospitalidad. Información sobre negocios en la industria de la hospitalidad Hotelería – Gastronomía – Turismo – Entretenimiento. Informe para suscriptores. Disponible desde: URL: <http://hostnews.com>
34. Organización de los Estados Americano. CICATUR- Argentina. Arq. Barroso. Curso Regional de Desarrollo de Atracciones y Actividades Turísticas. Doc. Nro. 05/1
35. Organización Mundial del Turismo. Introducción al Turismo. 1998
36. Organización Mundial del Turismo. Turismo Sostenible y Gestión Municipal en América Latina. 1999
37. Página oficial del acuífero [<http://www.sg-guarani.org/>]
38. Particularidades de Chajarí, en la Argentina Gringa. Turismo y Salud. Zona Termal. Año 2 N° 7
39. Rubio M. J. Varas J. El Análisis de la Realidad en la Intervención Social. Métodos y Técnicas de Investigación. Madrid: Ed. CCS.
40. Sabino, Carlos. El Proceso de Investigación. Fichas bibliográficas aportadas por la cátedra de “La Investigación y sus Métodos”, Lic. en Turismo, Facultad de Turismo y Hospitalidad, UAI (plan de estudio 1999/2002).
41. Saltalamacchia H. R. El Proyecto de Investigación: Su Estructura y Redacción. Cuadernos de Capdcom. Puerto Rico; 1994
42. Secretaria de Turismo de la Nación. 2002. Disponible desde: URL: <http://www.sectur.gov.ar/>
43. Secretaría de Turismo de la Provincia de Río Negro. Universidad Nacional del Comahue. Facultad de Turismo. Diagnóstico de los Componentes Primarios del Producto y de la Demanda del Centro Turístico Las Grutas. 1993
44. Soriano R. R. Métodos para la Investigación Social. México: Ed. Plaza y Vales; 1986
45. Termas y Salud. Boletín Electrónico. Disponible desde: URL: <http://www.termasalud.com>