



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA  
Facultad de Turismo y Hospitalidad  
Licenciatura en Turismo  
Sede Regional Rosario

# Diagnóstico para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de San Pedro

Autor: Berna, Emmanuel

Tutor: Lic. Pavetto, Rubén

Rosario, Octubre 2006

## **Agradecimientos**

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que de alguna manera fueron partícipes para la realización del presente trabajo y mi formación como profesional en esta actividad.

A mi familia que me inculcaron siempre el estudio y la formación profesional, a mi hijo y a mi novia, por apoyarme día a día para cumplir este objetivo.

A la Universidad Abierta Interamericana por ser el medio para alcanzar una meta tan importante en mi vida.

Al cuerpo de docentes y trabajadores de la Universidad, especialmente al Lic. Guillermo Frittegotto por ser el guía para la finalización de mi trabajo y por su tiempo otorgado .

A mi tutor de Tesis por apuntalarme en cada momento de este proyecto y por su tiempo dedicado y apoyarme en este último trayecto de mi carrera.

A Sergio Telesca Viajes y Turismo por el apoyo diario y las horas pedidas.

Arq. Analía Brarda  
Lic. Giselle Dellanoy  
Lic. Guillermo Frittegotto  
Lic. Rubén Pavetto  
Lic. Leopoldo Lucas  
Sr. Norberto Atrip  
Sr. Heriberto Juan Bennazar  
Sra. Solana Font  
Sra. Marisa Corvalán  
Mindurry Maria Pamela  
María Fernanda, Ramiro y Rubén Mario Berna  
Adriana Giovanettoni  
Elba Idiart  
Francisca Trobbat  
Alicia Pedra  
Martín Francisco Benedetti  
Claudia y Sergio Omar Telesca  
Emilio Zamora

## INDICE

<b>1. Introducción</b> .....	4
<b>2. Objetivos</b> .....	6
<b>3. Consideraciones Teóricas</b> .....	7
3.1. El sistema turístico Sanpedrino .....	10
3.2. Análisis del entorno y análisis interno .....	12
3.3. Estrategia .....	13
3.4. Mercado .....	13
3.3.1. Segmentación de mercado .....	15
3.3.2. Segmentación de mercado meta .....	15
3.3.3. Posicionamiento en el mercado .....	16
<b>4. Metodología</b> .....	18
4.1. Conclusiones de las encuestas .....	19
<b>5. Descripción de la ciudad de San Pedro</b> .....	21
5.1. Aspectos medio ambientales .....	21
5.2. Características demográficas .....	23
5.3. Historia .....	24
<b>6. El espacio turístico de San Pedro</b> .....	26
6.1. Infraestructura .....	28
6.1.1. Rutas .....	28
6.1.2. Hospedaje .....	30
6.1.3. Gastronomía .....	33
6.1.4. Recreación .....	35
6.2. Atractivos turísticos .....	36
6.2.1. Sitios naturales .....	37
6.2.2. Sitios culturales .....	39
6.3. Servicios básicos .....	45
6.3.1. Servicios de salud .....	45
6.3.2. Seguridad .....	46
6.3.3. Niveles de educación .....	46
6.3.4. Comunicaciones .....	47
6.3.5. Servicios financieros .....	47
6.4. Estadísticas de San Pedro .....	47
6.4.1. Datos de la Ciudad .....	48
6.4.2. Cantidad de turistas arribados en épocas diferenciadas .....	53
<b>7. Propuestas</b> .....	55
7.1. Análisis FODA .....	55
7.1.1. Fortaleza .....	57
7.1.2. Debilidades .....	57
7.1.3. Oportunidades .....	59
7.1.4. Amenazas .....	60
7.2. Mercado .....	61
7.2.1. Turistas actuales .....	61
7.2.2. Qué tipo de turistas pueden tener interés en los atractivos?.....	62
<b>8. Conclusiones</b> .....	64
8.1. Propuestas .....	66
8.1.1. Líneas estratégicas para los mercados .....	66
8.1.2. Líneas estratégicas para la actividad turística .....	67
<b>9. Bibliografía</b> .....	70

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, el turismo ha pasado a convertirse en una de las actividades de negocio más productivas en la industria de la República Argentina, ya sea por la diversidad de sus atractivos, como por la cantidad de los mismos.

Esta industria “ sin chimenea ” es una de las actividades de mayor crecimiento a nivel mundial, en la cual día a día se va notando una fuerte competencia, ya sea en ofertas de atractivos, precios, servicios, calidad, entre otros.

El presente trabajo nace de la percepción del turismo en San Pedro, provincia de Buenos Aires, como una actividad en constante crecimiento, pero que no posee una planificación contemplada por las partes interesadas, ocasionando que este destino no pueda insertarse adecuadamente dentro de las ofertas turísticas regionales.

El incremento acelerado de los años recientes ha ocasionado que la ciudad se vea rebasada de turistas en su totalidad en períodos de tiempos determinados, trayendo como consecuencia, serias dificultades a la localidad.

Asimismo, no existe una política turística que intente contrarrestar esta situación, por lo que es necesario organizar y reordenar el destino turístico.

Esta ciudad ubicada en la pampa Argentina, se halla a 160 Km. al noroeste de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a 150 Km. de la ciudad de Rosario, sobre la margen derecha del Río Paraná, lo cual marca un punto estratégico para el desarrollo de este fenómeno llamado turismo.

En estos últimos años la actividad turística en dicha ciudad ha logrado grandes avances, en cuanto al número de turistas arribados, lo cual marca una tendencia que evoluciona favorablemente, pero debe mejorar en calidad de los servicios, centralizándose en la satisfacción de las personas que deciden pasar su tiempo libre y vacacionar en este lugar.

Para esto, se pretende aportar herramientas que ayuden hacia el mejoramiento de San Pedro como villa turística y así al progreso de la población.

Por lo tanto, el presente trabajo pretende estudiar a San Pedro como atractivo turístico, a partir de visiones internas y externas que puedan ayudar a mostrar esta urbe como destino turístico ordenado.

Para ello, es necesario avalar dicha ciudad desde un trabajo de campo exclusivo que permita identificar y analizar a la ciudad en los diversos elementos que la componen. Esto

es logrado a partir del trabajo de campo de observación y el análisis de datos estadísticos de los últimos años.

## **2.OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- ❖ Diagnosticar el estado del sistema turístico del Partido de San Pedro.

### **Objetivos particulares**

- ❖ Investigar el sistema turístico del municipio con el fin de detectar las posibles falencias en cuanto a recursos, infraestructura y equipamiento.
- ❖ Determinar las potencialidades y vulnerabilidades del municipio de San Pedro como destino Turístico.
- ❖ Definir una serie de acciones estrategias que contribuyan al mejoramiento de la actividad turística en la localidad.

### 3. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

El turismo es el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de residencia habitual en función de descanso, deportes, negocios, etc ( Organización Mundial del Turismo, 1982). Esta conformado por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se desarrollan y se ofrecen a los turistas con el fin de consumo.

Boullón ( 1997 ), define al turismo de una forma más extensa: “ *Es la totalidad de bienes y servicios que posee una ciudad y le brinda a un turista en un momento dado. Debida a la interrelación que poseen estos bienes y servicios, la falta de uno de ellos impediría la prestación de los demás. Esta actividad se diferencia de muchas otras debido a que tiene la característica de que el turista se traslade a una localidad determinada para consumir el producto, aunque su venta se pueda realizar en otras ciudades de las cuales son residentes las personas que lo consumen, es decir, en esta actividad no se realiza una distribución física del producto, ya que el consumidor es quien viaja a la fuente de producción*”.

El turismo, al ser una actividad de servicios, presenta la capacidad de generar puestos de trabajo importantes, lo cual marca que es una herramienta útil para la economía de una localidad ( Bote Gómez, 1997), por eso cuando en una ciudad existe una actividad turística importante, que va creciendo con el tiempo, como es el caso de San Pedro, se deben prestar los servicios de la mejor manera.

San Pedro, en estos últimos años, se ha ido consolidando como una ciudad turística importante o mejor dicho con un significativo crecimiento en la cantidad de turistas que desean y eligen pasar su tiempo de ocio, también para realizar negocios por estar ubicadas entre dos metrópolis tan importantes como lo son Rosario y Buenos Aires, por lo que se deben brindar los servicios turísticos de la mejor manera y mayor calidad posible.

Todo esto lleva a la idea de realizar una planificación para ordenar, organizar y poder ofrecer un mayor y mejor servicio en la ciudad.

Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio, municipio o zona turística, pueda llegar a tener un valor importante como producto turístico y pueda ser relevante dentro de la economía local de la zona.

Así, un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para un destino constituye un proceso de análisis y estudio que se concreta en la definición de un conjunto de acciones destinadas a

impulsar el desarrollo de la actividad turística en un territorio determinado. (Martínez Guarino, 1991).

Estos planes se implementan con el propósito de potenciar la actividad a partir de la identificación y aprovechamiento de las oportunidades, lo que a su vez permite garantizar la competitividad del destino turístico, orientar los productos en función de las nuevas tendencias, potenciar los recursos locales, configurar una visión y gestión global e integradora. (Martínez Guarino, 1996).

La finalidad del plan es elaborar un diagnóstico que permita establecer un análisis actual de la ciudad y a partir de ahí, instaurar un reordenamiento de la actividad turística de la zona.

La utilización de un Plan de Desarrollo supone por lo menos las siguientes ventajas:

- La activación o la creación de ventajas competitivas del territorio, a partir de los recursos existentes: humanos, de infraestructura, naturales, productivos, organizacionales, la capacidad de innovación.
- El aprovechamiento de las oportunidades que brindan los entornos y la globalización económica, mediante una inserción positiva del territorio en los entornos supra locales.
- La creación de riqueza y de empleo para la población local.
- El aumento de la cohesión social de la comunidad local, evitando los factores de exclusión y marginación de determinados grupos sociales de la comunidad.
- La creación de un territorio con capacidad de recepción de recursos externos en tanto que espacio de calidad y de oportunidades: capitales e inversiones, turistas, tecnología y buen clima para los negocios.
- La creación de un liderazgo local, a través del fortalecimiento de las instituciones públicas y privadas para que sean capaces de actuar como verdaderos agentes de desarrollo, y que garanticen el control local del desarrollo.

Por todo ello, la planificación debe ser entendida como una estrategia de acción, planteada como proceso participativo, sustentado en un proyecto político, como un proceso permanente y cuyo éxito reside en el compromiso y movilización de los destinatarios del plan (Martínez Guarino 1996).

Esta exigencia de participación debe ser realizada mediante la gestión local con ayuda financiera del sector público y privado, es decir, los propios habitantes del lugar sean

participes en la actividad cuyos beneficios económicos, socioculturales y educacionales incide sobre todos.

Debido a que este trabajo esta centrado en la proyección de una planificación para el desarrollo de la misma, es necesario tener en cuenta el significado del concepto y cual es el cometido.

Así, planificar es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un grupo de actividades y acciones articuladas entre si, que tienen el propósito de influir en el transcurso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación deseable, mediante el uso de medios y recursos escasos (Ander - Egg, 1995).

Según este autor *“Planificar es aplicar la inteligencia para tratar hechos y situaciones como son y resolver un problema”*. Pero la más clara definición sobre lo que es la planificación es la propuesta por Yeheskel ( 1973 ). Este ultimo sostiene que *“ Planificar es el proceso de preparar un conjunto de decisiones para la acción futura, dirigida al logro de determinados objetivos”*.

En la planificación se utilizan procedimientos estratégicos en los que interesa la direccionalidad del proceso, esto tiene que ver con mantener una dirección para llegar a determinadas metas y objetivos. Se parte de una situación inicial que proporciona información acerca de la realidad sobre la que se va a actuar, es decir, se establece una trayectoria hacia el objetivo que indica el estado que se desea alcanzar. Es necesario tener presente que entre la fase inicial y la situación objetivo, se presentaran una serie de cambios situacionales que llevarán una direccionalidad ajustada al problema que se esta tratando, pero siempre teniendo en cuenta las metas y objetivos propuesto.

Kotler ( 1994 ), expresa que las localidades deben iniciar lo que las organizaciones dedicadas al negocio han hecho durante este último tiempo: La planificación estratégica de mercado, la cual pasa por un proceso de 5 etapas:

1. Evaluación del lugar
2. Visión y objetivos
3. Formulación de la estrategia
4. Plan de acción
5. Implantación y control

Esta definición de planificación estratégica para un lugar, también es aplicable a una actividad determinada de un territorio, como lo es la actividad turística.

Según Kotler ( 1994 ), la evaluación de un terreno, se basa en un análisis de las características económicas / demográficas del mismo, clasificando las fortalezas y debilidades de dicho destino, que a su vez se relacionan con las oportunidades y amenazas.

En la segunda fase, visión y objetivos, se deben realizar conceptos de futuro de la actividad turística de la zona, es decir si la actividad a futuro va a ser redituable. En base a esto se plantean objetivos que se quiere alcanzar para tener presente a lo que una ciudad desea lograr.

En la tercera etapa, de definición de estrategia, definirán la ó las tácticas a seguir, teniendo en cuenta el mercado y sus competidores. Estas estrategias serán las guías en el camino para tratar de cumplir los objetivos y metas definidos.

En la etapa de definición del plan de acción, se muestra como se van a llevar a cabo las estrategias definidas. Esta contendrá las acciones a realizar, el responsable de cada una de ellas, la forma de ejecutarlas, los tiempos en que se deben realizar.

En la última etapa se debe ejecutar el plan de acción, y evaluarlo para verificar que se está acatando el plan, y en que medida los objetivos y metas se van cumpliendo.

En este trabajo se busca analizar el fenómeno turístico de la ciudad e investigar un modo de resolver la deficiencia del desarrollo turístico de la localidad para que en un futuro alcance su potencial máximo.

Desde este punto de vista, San Pedro necesita un plan estratégico como un camino para encontrar soluciones, potenciando y promoviendo el desarrollo de la ciudad. A través de este se puede identificar las estrategias para alcanzar los objetivos y metas. De la misma forma se deben realizar distintos procedimientos para los mercados con más potencial turístico, como así también crear líneas estratégicas que ayuden a optimizar la actividad turística de la zona. Estas últimas, tienen más que ver con la concientización de la población acerca de la importancia de este factor, perfeccionar a los prestadores de servicios turísticos, programas de conservación de los atractivos naturales e históricos, como lo es Vuelta de Obligado, generar planes para que las empresas no aledañas a la localidad realicen inversiones, entre otras.

### **3.1 El Sistema Turístico Sanpedrino**

El turismo es la consecuencia de un fenómeno social, cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre y el desarrollo de los sistemas de transportes, entre otras.

En torno a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar ese tiempo libre, se ha generado un importante número de actividades que no fueron programadas. Su existencia se debe a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada y el poder público fueron resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar cada vez mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión. Así alrededor del turismo se han ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. Esas relaciones forman un sistema.

Dentro del Sistema Turístico, aquí se hace hincapié en lo que se refiere al Producto Turístico de la ciudad Pedro para después poder analizar la oferta y demanda de la región.

Según Kotler ( 1997 ), el producto es definido como “ *cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la adquisición, el uso o el consumo con el fin de satisfacer un deseo o una necesidad de un turista. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas*”.

Según Braidot ( 1993 ), “*el producto es el conjunto de beneficios que permitirán al consumidor resolver sus necesidades en un determinado momento*”.

Es decir, producto es todo aquello que existe en el mercado y que es susceptible de ser adquirido.

Esta definición ubica entonces en que la expresión de un “ *Producto Turístico* ” es precisamente considerado como un “*Paquete Turístico*”, resultado de un trabajo de gestión de tarifas e integración de diferentes servicios, que son comercializados posteriormente a través de diversos canales de distribución.

Según Cárdenas Tabares ( 1997 ), es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o a través de un conjunto de combinaciones resultantes de las diferentes necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Hablar entonces de producto turístico significa entender que éste “ *es la suma de componentes tangibles e intangibles, basados en una serie de actividades en el destino, que es percibida por los visitantes como una experiencia y que es valorada a un determinado precio*” ( Braidot, 1993 ).

Según Przybylski ( 1997 ), los productos turísticos, de acuerdo a sus características, son:

- Intangibles: no puede verse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición.
- Heterogéneos: no hay dos productos exactamente iguales.
- Perecederos: en turismo se opera con productos altamente perecederos.

- **Inseparables:** no existe servicio sin la participación del beneficiario en su armado y uso.

También es importante analizar la estructura del producto que se está hablando.

Partiendo de la definición de Middleton ( 1991 ), se puede observar que el producto turístico encuentra su principal insumo en el atractivo (lo que no es determinante), en torno al cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle el turismo en un espacio determinado. Por tanto, un producto turístico debería estar constituido por:

- A) **Recursos y atractivos turísticos:** representan los motivos principales por los que el turista se desplaza, pueden ser naturales, culturales, acontecimientos programados ( Festivales, Eventos, Congresos, entre otros.).
- B) **Infraestructura y transporte:** son construcciones básicas de un territorio que permiten la accesibilidad del visitante, así como los servicios que faciliten los desplazamientos del mismo hacia y dentro del territorio visitado.
- C) **Equipamiento:** son construcciones para permitir disfrute del visitante. Podemos agruparlas en alojamiento, alimentación, esparcimiento, otros servicios.
- D) **Actividades y experiencias:** son inherentes al atractivo o recurso y representan el principal elemento en el producto turístico, ya que en el nuevo modelo del turismo, son el estímulo básico del viaje. Es importante mencionar que las actividades y experiencias, son el elemento de decisión para que el visitante seleccione un destino turístico. Con base en este argumento, es necesario identificar qué tipo de actividades se pueden realizar en el sitio a fin de evitar quejas al respecto y que el visitante califique su estadía como no satisfactoria, al evaluar en función de los elementos que integran la gestión del producto turístico y en qué medida aquéllos cubren sus expectativas.

### 3.2 Análisis del entorno y análisis interno

El análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se denomina comúnmente, como análisis FODA.

Toda localidad turística cuenta con oportunidades y amenazas que puede influir en el entorno, ya sea a favor o en contra, permitiendo lograr una ventaja competitiva o mostrar una situación del ambiente que puede desmejorar la condición de la actividad en el lugar.

Así como existen oportunidades y amenazas, la ciudad presenta fortalezas y debilidades que pueden incidir de manera positiva o negativa en la actividad turística.

Este análisis tiene una visión interna de la actividad, se realiza observando objetivamente las características de la actividad y realizando una evaluación de los datos relevados.

Porter ( 1998 ), hace mención a los puntos fuertes y débiles de un competidor “ *sus puntos fuertes débiles determinarán su habilidad para iniciar movimientos estratégicos o para reaccionar a ellos, y para enfrentarse a los eventos del entorno que se presenten*”.

Es por ello que es importante tener en cuenta y reconocer a los competidores, en este caso ciudades cercanas al partido de San Pedro que se están insertando en la actividad turística , puesto que ayuda a definir e identificar cuáles de las fortalezas y debilidades encontradas son tales.

### **3.3 Estrategia**

Para definir las estrategias a seguir, es importante tener en cuenta con las ventajas que cuenta la ciudad respecto a posibles competidores.

Para Hermida; Serra; Kastika ( 2004 ), es el camino que una empresa o en este caso un destino debe seguir para poder llegar a cumplir los objetivos propuestos.

En otras palabras la estrategia puede ser tomada en cuenta como el lineamiento a seguir para poder llegar a lograr las metas establecidas.

Cada estrategia debe tener en cuenta también, que el mercado no es todo el universo de personas, sino que existen distintos grupos o segmentos para los cuales es conveniente definir tácticas, que poseen características comunes que interesan o sirven a los objetivos definidos.

### **3.4 Mercado**

Para Kotler ( 1997 ), el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un determinado producto.

También se debe tener en cuenta que existen diferentes interpretaciones de lo que significa mercado, dependiendo esto del sector donde se lo mire.

Hoy en día existe una gran cantidad de compradores que están dispersos y que poseen diferentes tipos de necesidades. Es por ello que al mercado hay que cautivarlo utilizando una serie de estrategias.

La mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes. Según como lo expresa Kotler, la mercadotecnia ha pasado por diferentes etapas:

- ❖ **Mercadotecnia masiva:** el vendedor produce, distribuye y promociona en masa un producto a todos los consumidores. La idea es producir mas a un costo mas Bajo y que la demanda sea aun mayor.
  
- ❖ **Mercadotecnia de producto diferenciado:** el vendedor produce dos o más productos con distintas características, estilos, calidad, tamaños, etc.. El argumento es que los consumidores tienen diferentes gustos que varían con el paso del tiempo. Los consumidores buscan la variedad y el cambio.
  
- ❖ **Mercadotecnia hacia mercados meta:** el vendedor identifica los segmentos del mercado, selecciona uno o más y diseña tanto los productos como las estrategias de mercadotecnia adaptados a cada segmento seleccionado.

La mercadotecnia hacia mercados meta consta de tres pasos principales:

- ✓ **Segmentación del mercado:** la división del mercado en distintos grupos de compradores. Se identifican diversas maneras de segmentar el mercado para estructurar perfiles de los segmentos obtenidos.
  
- ✓ **Selección del mercado meta:** la evaluación del atractivo de cada segmento y la selección de uno o más segmentos del mercado., en este caso evaluar de acuerdo a los atractivos de la Ciudad en base a los gustos y preferencias de los consumidores
  
- ✓ **Posicionamiento en el mercado:** el adecuado posicionamiento competitivo para el producto y la mejor combinación de estrategias de mercadotecnia.

### 3.4.1. Segmentación de mercado

La segmentación permite a un destino tener una mejor definición de mercado, identificando las diferentes necesidades de los consumidores.

Existen diferentes formas de aislar los segmentos en los mercados caracterizado por los consumidores con distintos tipos de necesidades

- ❖ Analizar las características de los consumidores a partir de datos geográficos, demográficos, socioeconómicos, entre otros.
- ❖ Analizar las diferencias en base al comportamiento de los consumidores ( Motivación, beneficios pretendidos ).

Para la segmentación de mercados turísticos, Kotler ( 1994 ) propone lo siguiente: Una localidad puede identificar los mercados meta de dos maneras. Una de ellas es recaudar la mayor información posible acerca de los turistas actuales que visitan el destino a través de una serie de preguntas: *¿De donde vienen? ¿Por qué visitan ese lugar? ¿Cuáles son sus características demográficas? ¿Qué tan satisfechos están? ¿Cuántos son turistas de repetición? ¿Cuánto gastan?*. El otro punto es examinar e identificar los atractivos de la zona y hacer suposiciones sobre los tipos de turistas que se interesarían en estos atractivos específicos.

Sería interesante utilizar las dos vías propuestas por el autor, recolectando toda la información posible y es probable que en base a este análisis permita descubrir nuevos mercados aún no explotados o comercializados.

### 3.4.2. Segmentación de mercado meta

La segmentación revela los diferentes mercados que posee un destino, en base a esto último se seleccionan los segmentos con mayor presencia para poder alcanzar los objetivos y metas propuestos.

Una empresa puede adoptar una de tres estrategias de cobertura del mercado:

- ✓ **Mercadotecnia indiferenciada:** ignora las diferencias en la segmentación del mercado y dirige sus estrategias hacia todo el mercado con una oferta de mercado.
- ✓ **Mercadotecnia diferenciada:** dirige sus estrategias hacia varios segmentos del mercado y diseña ofertas diferentes para cada uno.

- ✓ **Mercadotecnia concentrada:** es especialmente atractiva para las empresas con recursos limitados, ya que, en lugar de buscar una pequeña participación en un mercado grande, la empresa trata de obtener una importante participación en uno o más mercados pequeños.

Actualmente y debido al paulatino crecimiento que se esta dando en la ciudad cabecera del partido, se podría especular que esta localidad trata de obtener la mayor cantidad de segmentos posibles, por lo cual se estaría hablando de una mercadotecnia indiferenciada, la cual puede ser perjudicial si se tiene en cuenta la segmentación de los competidores que buscan hacerse fuerte en un mercado específico.

### **3.4.3. Posicionamiento en el mercado**

La posición de un producto es sumamente importante, es la manera en que las personas que consumen dicho producto lo definen en cuanto a sus características, es decir, es el lugar que va a ocupar en la mente de los consumidores en relación con los demás productos que compiten en el mercado.

La tarea del posicionamiento consta de tres pasos:

- ✓ Identificar una serie de posibles ventajas competitivas para sustentar una posición;
- ✓ Seleccionar las ventajas competitivas adecuadas; y,
- ✓ Comunicar y entregar con eficiencia la posición elegida a un mercado meta seleccionado cuidadosamente.

Una ventaja competitiva nace la de la diferenciación del producto, que puede ser por características físicas, en los servicios, en la ubicación geográfica de los productos turísticos, factores naturales de los destinos ( Río Paraná para la ciudad de San Pedro ), entre otros.

Es común que en un producto se encuentren diferentes ventajas competitivas, lo cual es una preeminencia para poder posicionarlo de la mejor manera. No obstante es conveniente mostrar una total perfección en un producto debido a que los consumidores pueden no creer en las ventajas del mismo.

En el posicionamiento, una empresa o destino debe evitar tres errores principales:

- ✓ **Subposicionamiento:** es la incapacidad de posicionar realmente a la empresa;

- ✓ Sobreposicionamiento: consiste en transmitir a los compradores una imagen demasiado limitada del lugar;
- ✓ Posicionamiento confuso: dejar a los consumidores una imagen confusa de la empresa o destino.

Una vez que ha elegido las características de su posicionamiento, la empresa necesita comunicar su posición a los consumidores que quiere llegar.

#### **4. METODOLOGÍA**

La metodología de investigación utilizada para este trabajo se basa en la recolección de información de dos fuentes, consistentes de datos primarios y secundarios.

Las fuentes primarias, vinculadas a observaciones de campo, entrevistas con personas de la municipalidad de San Pedro, visitas y principalmente relevamiento de los productos que componen el sistema turístico Sanpedrino a fin de conocer la oferta turística con que cuenta la ciudad. Para esto último se estudio la oferta hotelera ( Hoteles, hosterías, cabañas, estancias ) y gastronómica ( Restaurantes, pizzerías, bares, etc ) que presenta la ciudad, así como también se relevo los lugares de interés turístico, centros de Salud, lugares bailables, pubs, entre otros. No obstante este relevamiento fue comparado con las datos y estadísticas otorgadas por parte de la Secretaria de Turismo de San Pedro para con ellos tener un panorama más visible de como está constituido el sistema turístico SanPedrino.

Por otro lado, se baso en la recolección de información proveniente de fuentes secundarias, tales como, datos otorgados por el municipio de la ciudad, folletería del destino, bibliografía sobre la ciudad, análisis de trabajos sobre planificaciones de desarrollo tales como “ Plan Federal de Turismo - Argentina 2016 ”, “ Plan Estratégico Quindo 2020 ”, entre otros.

La información utilizada se basa en una visión interna, desde la ciudad, y una visión externa, que significa reconocer como se ve San Pedro desde el exterior.

De igual forma, se analizó un trabajo de investigación realizado durante el mes de Julio del año 2003, llevado a cabo por los alumnos de la “ LA SUISE ”. En dicho trabajo se efectuó un relevamiento de los elementos que conforman el producto turístico de la ciudad se San Pedro, Provincia de Buenos Aires. Estos integrantes, durante el 17 y 18 de Agosto y el día 12 y 13 de Octubre del año 2003, tomaron encuestas a los turistas y visitantes que elegían pasar sus vacaciones en la ciudad.

El principal objetivo de esta investigación fue el de realizar una caracterización de los turistas y visitantes que eligen San Pedro como destino de descanso. Los objetivos secundarios, fueron indagar los motivos por los cuales estas personan visitan esta localidad e identificar cuales son los atractivos más visitados.

El enfoque de la investigación fue exploratorio, los métodos de recolección de datos fueron cualitativos y cuantitativos y las técnicas fueron: La observación cualitativa y las encuestas personales interceptadas.

Se tomó una muestra no probabilística por conveniencia en puntos estratégicos de la ciudad. El tamaño de la misma fue de 319 unidades, entre los que se encuestó a turistas y visitantes de ambos sexos y diferentes edades.

Las preguntas que se formularon para esta encuestas fueron: *Edad* , *Sexo*, ¿ *Qué medio de transporte que utilizo para llegar al destino?*, ¿ *Cuáles fue o fueron los motivos por los cuales eligió San Pedro?*, ¿ *Pernoctan o se vuelven en el día?*, ¿ *Qué tipo de alojamiento eligieron para pernoctar?*, ¿ *Como se enteró de la existencia del destino?*, ¿ *Cuales fueron los lugares visitados por estos turistas y visitantes arribados a la ciudad?*, ¿ *Utilizaron algún servicio gastronómico?*, *Qué tipo de servicio gastronómico utilizaron?*, ¿ *Están conformes con los servicios o sugieren mejoras en los mismos?*, *Qué servicios deberían mejorar para hacer más placenteras sus vacaciones?*, ¿ *Volverían a visitar San Pedro?*.

#### **4.1 Conclusiones de las Encuestas**

Las conclusiones de las encuestas realizada los turistas y visitantes fueron las siguientes:

- ❖ El 53% de los turistas y visitantes que llegan a San Pedro son mujeres, mientras que el 47% son hombres;
- ❖ Casi la mitad de los turistas y visitantes ( 47% ), tienen entre 18 y 33 años, lo cual marca una preferencia del turismo joven sobre la ciudad, ya sea por sus costos o vida nocturna;
- ❖ Más de la mitad de los que llegan a San Pedro proceden de Capital Federal, un 13% del Gran Buenos Aires, un 17% viene de la zona Oeste y el resto es proveniente de la zona Sur y Norte de la provincia de Buenos Aires;
- ❖ El medio de transporte utilizado preferentemente para llegar a la ciudad es en auto particular, solo el 2% llega por micro de alguna agencia de turismo;
- ❖ El 46% elige a San Pedro como lugar para descansar, el 35% porque algún conocido le comento acerca de la importancia y cualidades del lugar para conocer y pasear y el resto concurre a la localidad exclusivamente para realizar pesca;
- ❖ Los turistas representan un 54% del total de las personas que pernoctan en la ciudad y eligen en primer lugar los camping ( 35% ), en segundo lugar los hoteles, hosterías, entre otros ( 26% ) y en tercer lugar lo hacen en casa de amigos o familiares;

- ❖ La preferencia gastronómica se reparte mayormente en restaurantes, pizzerías y bares.
- ❖ Los lugares mas visitados son los paseos por el centro, la plaza y la iglesia, la zona de la costanera, el paseo público y una muy pequeña parte visita los museos.
- ❖ El 57% de los encuestados concurre a la oficina de información turística para interiorizarse de los diferentes atractivos que puede visitar en la ciudad.
- ❖ Un alto porcentajes de turistas y visitantes están conformes con los servicios y atractivos ofrecidos. No obstante sugieren aumento en la oferta hotelera y gastronómica y mejoras en la limpieza y comodidades de los camping, como así también mayor señalización de los diferentes atractivo y accesos a la ciudad.
- ❖ La mayoría de las personas que arriban a la ciudad se enteró de la existencia de este lugar por líderes de opinión, solo un 9% se enteró por medios de comunicación.

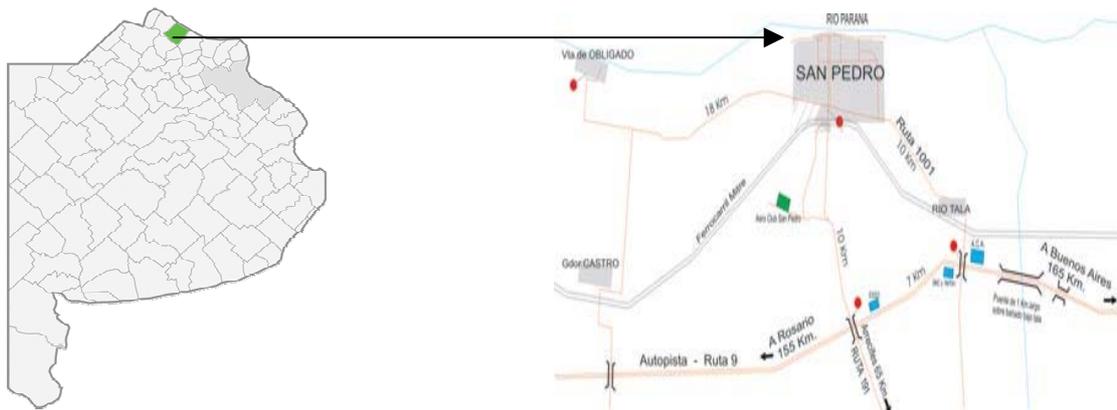
## 5. DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD DE SAN PEDRO

La ciudad de San Pedro se encuentra a 160 Km. al noroeste de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a 150 Km. de la ciudad de Rosario, sobre la margen derecha del Río Paraná Guazú.

La Superficie del partido es de aproximadamente 1.319 Km<sup>2</sup>, a una altura de 26,99 m sobre el nivel del mar.

El partido limita al Norte y al Este con el río Paraná Guazú; al Oeste con el Partido de Bartolomé Mitre (Arrecifes), Capitán Sarmiento y el Partido de Ramallo; y al Sur con el Partido de Baradero. La cabecera del partido es la localidad de San Pedro, otras localidades que lo conforman son: Santa Lucía, Gobernador Castro, Rió Tala, Ingeniero Moneta, Doyle y los parajes de La Buena Moza, Tabla y Puerto Obligado.

**Mapa 1 y 2: Ubicación de San Pedro**



Fuente: Municipalidad de San Pedro

Por su parte, las vías de acceso son; La Ruta Nac. N° 9; y las provinciales N° 191 y N° 1001. También se puede acceder a la ciudad a través de la red Ferroviaria NCA (Ex F. C. G. Bartolomé Mitre).

### 5.1 Aspectos medio ambientales

Desde el punto de vista medio ambiental el panorama climático que presenta esta ciudad se contempla con que los vientos del Norte son persistentes (vientos húmedos) cuando mantienen su intensidad y continuidad son señal de lluvias. Los vientos del S y SE, fríos y

húmedos, producen las sudestadas que frenan los ríos Paraná y Arrecifes. Además, el coeficiente de humedad es elevado, el promedio anual varía alrededor del 70%.

Las precipitaciones sobre la costa tienen un promedio de 1000 mm anuales, disminuyendo hacia el oeste del territorio.

El porcentaje de humedad puede ser aún más elevado en los meses de Mayo y Junio, durante la primavera y en los comienzos del verano, pudiéndose presentar tormentas violentas.

La media anual de precipitaciones varía entre los 700 mm y los 1000 o 1200 mm. Sin embargo, San Pedro ha tenido que pasar por períodos de sequía importantes, causando pérdidas económicas a sus pobladores, seguidas de períodos lluviosos.

Otro factor climático importante que influye negativamente sobre la economía de San Pedro ésta constituido por las bajas temperaturas en algunas épocas del año, que afecta principalmente a la parte relacionadas con cítricos y frutas de carozo.

En cuanto al relieve, la llanura pampeana presenta dos subregiones (desde el punto de vista geomorfológico): por un lado, la denominada *Pampa Ondulada* y, por otro, la *Pampa Deprimida*.

El partido de San Pedro, al igual que la mayor parte de la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA), se halla en la denominada Pampa Ondulada (Bozzano, 1995).

El suelo esta constituido por cañadas, arroyos y bajos formados por materiales de carácter aluvional repositados por el agua. La degradación de los suelos productivos se debe principalmente a las actividades agrícolas que sustentan, principalmente, el crecimiento del partido.

La fauna de la localidad sobre el Río Paraná aún hoy se pueden encontrar bogas, bagres y sábalos, además del patí, pez de carne amarilla, surubí. Otros peces que pueblan el río son el armado, el pacú y el dorado.

En cuanto a los animales terrestres, se encuentran las comadrejas, liebres, lauchas, zorrinos y zorros. Propios de la ribera son el carpincho y la nutria criolla. Entre los ovíparos se encuentran lagartos, peludos, víboras, patos (criollo, maicero, sirirí crestón, etc.) garzas, bandurria, biguá, caracolera, palomas como la criolla, montera, torcaza, etc., también hay lechuzas, chimangos, caranchos, chajás, jilgueros, zorzales, caseros, gorriones, calandrias, entre otros.

Es importante destacar que las especies animales se encuentran cada vez más amenazadas por las acciones del ser humano y que si no se regulan la pesca y la caza, la población

sanpedrina estará perdiendo parte del patrimonio natural del partido que constituye a su vez un recurso turístico importante.

La vegetación autóctona del partido y de la ciudad se ha modificado debido a las actividades humanas que se han ido implementando. Las actividades agrícolas y ganaderas propician gran parte de la vegetación del partido.

En la actualidad el manto natural es casi seco en invierno, muy verde en primavera y pasa a pajizo hacia fines del verano. Las especies predominantes son gramilla blanca, cebadilla chaqueña, pasto horqueta, margarita punzo, oreja de ratón, soliva, etc. Otras especies introducidas por el hombre son la avena cimarrona, avena gaucha, raigrás, trébol carretilla, trébol manchado, carretilla chica, trébol del olor, trébol blanco, cardo de castilla, cardo negro, cardo asnal, abrepuño. En las zonas bajas podemos encontrar paja colorada, carda, juncos y totoras. En los cañadones donde los suelos son salitrados se han desarrollado pastos salados.

Se han introducido árboles y arbustos como el sauce, el paraíso, el eucalipto, el fresno, el Jacaranda, las acacias Negra y Blanca, el árbol del cielo, el álamo, la casuarina, el ligustro, el pino y una serie de árboles frutales como: naranjos, pomelos, duraznos, ciruelos, etc

## 5.2 Características demográficas

En este cuadro se muestra la cantidad de habitantes, no solo de la ciudad de San Pedro sino también de todas las localidades que conforman el partido. Como se puede observar a simple vista la mayor parte de la población que integra este partido se encuentran en la ciudad cabecera.

**Cuadro N° 1: Cantidad de habitantes del Partido de San Pedro**

<b>CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL PARTIDO</b>	
<b>LOCALIDAD</b>	<b>NÚMERO DE HABITANTES</b>
<b>San Pedro</b>	<b>39618 Habitantes</b>
<b>Gobernador Castro</b>	<b>2273 Habitantes</b>
<b>Santa Lucía</b>	<b>2179 Habitantes</b>
<b>Río Tala</b>	<b>1746 Habitantes</b>
<b>Pueblo Doyle</b>	<b>406 Habitantes</b>
<b>Vuelta de Obligado</b>	<b>177 Habitantes</b>

Fuente: Municipalidad de San Pedro

### 5.3 Historia

Remontándonos al siglo XVII se encontraban en el lugar los primeros habitantes, pertenecientes a la tribu de indios Querandíes, quienes se establecieron en las islas y en la ribera del río Paraná ( Picagli, 1999 ).

Después de la segunda fundación de Buenos Aires, Juan de Garay dejó en la zona de campaña personas que servían a la Corona Española para que repartieran mercedes a quienes habían ayudado en la conquista; y de esa manera mantener el dominio de las tierras.

Quien estuvo a cargo del reparto fue Pedro Esteban Dávila, Caballero de la Orden de Santiago, Gobernador y Capitán General. En el año 1641 el primero en obtener la merced fue Pedro Gutiérrez Humanes, quien nunca las ocupó, pero sí su hijo Juan lo hizo en el año 1649. Juan solicitó otras mercedes en ese año, hasta que obtuvo en 1651 la totalidad de lo que es hoy el partido de San Pedro (1319 km<sup>2</sup>).

Éstas tierras estuvieron en poder de dicha familia hasta 1703 , donde mueren los mayores y comienzan a surgir nuevos dueños por tenencia o por compra.

Al comienzo del siglo XVIII el Dr. Francisco Antonio Goycochea, que se desempeñaba como Cura Rector y Vicario del Partido de los Arrecifes y doctrinero del pueblo de Indios de Santiago del Varadero, tuvo la iniciativa de fundar un convento de Padres Franciscanos Recoletos en este lugar, para evangelizar a los pobladores y administrar las tierras.

Para tal fin, realiza el pedido al Rey de España, Felipe V, y ofrece 10.000 pesos para la construcción y dona las tierras.

Ese mismo año, Fray Joseph Antonio de Oliva, quien fuera procurador General de la Orden de San Francisco, realizó una presentación recomendando el proyecto a la Corona, con el apoyo del Gobernador Ortiz de Rozas y del Cabildo Eclesiástico.

El 26 de agosto de 1748 (fecha que se toma como hito fundacional del pueblo) el Rey Fernando VI (sucesor de Felipe V) firmó, en el Palacio del Buen Retiro, la Real Cédula de concesión, autorizando la construcción del convento.

En 1749 el Procurador General de la Orden, anunció la partida de 8 religiosos hacia Buenos Aires para hacerse cargo del nuevo convento.

La construcción del mismo comenzó en 1750 pero no se contaba con los recursos económicos necesarios, esto llevó al limosnero de la Orden, Fray Alonso del Pozo, a

dirigirse al alto Perú, con el fin de obtener donaciones que permitieran contar con dichos recursos.

Hacia 1762 el Hermano llegó con las limosnas y además trajo consigo la Imagen de Nuestra Señora del Socorro, que fue donada en Oruro (Bolivia), con el expreso deseo que sea designada como patrona del lugar donde se estableciera.

Desde su comienzo el convento fue centro difusor del evangelio y a partir de 1774 escuela elemental, en cuyas aulas más tarde se enseñó latín y retórica. Entre sus alumnos figuró Diego José Serapio Rodríguez, conocido públicamente por su contribución al movimiento emancipador y su actuación en la política del país, como Fray Cayetano José Rodríguez.

Cuatro años después de creado el curato de San Pedro, por acuerdo de Cabildo de Buenos Aires de fecha 30 de Diciembre de 1784 se creó el Partido de San Pedro, siendo designado para el cargo de Alcalde de Hermandad Don Miguel Ruiz Moreno.

En el año 1822, Bernardino Rivadavia dictaminó una ley en donde suprime la subvención a los conventos y las propiedades muebles e inmuebles de los mismos pasaron a manos del Estado. Por este motivo, los frailes que habitaban el convento regresaron a España, quedando sólo uno encargado de la Iglesia.

Desde que el convento pasó al dominio de la autoridad civil fue utilizado durante algún tiempo como sede de la primera escuela de estado y también, como sede de las autoridades del Juzgado de Paz.

Pero a partir de 1854, como consecuencia de la aplicación de la ley de organización de los municipios, se produjeron cambios sustanciales en la parte política como administrativa del Partido. Tomó forma un nuevo sistema de gobierno y apareció en escena un Cuerpo Deliberativo representado por municipales electos por el pueblo.

Dicho Cuerpo funcionó hasta que la nueva ley Orgánica municipal de 1886 creó el cargo de Intendente Municipal, siendo electo como primer Intendente Don Máximo Millán.

A éste personaje le cupo el honor de impulsar la iniciativa de la construcción de un nuevo edificio Municipal que se adecuara a las necesidades de la nueva administración; finalmente se concretó la iniciativa demoliendo el histórico Convento Franciscano Recoleta en 1888.

## 6. EL ESPACIO TURÍSTICO DE SAN PEDRO

San Pedro es la ciudad más importante del partido, la cual, como se dijo anteriormente es cabecera.

Dentro de la ciudad el turista tiene la posibilidad de realizar diferentes tipos de actividades, desde visitar museos, Iglesias, hacer cabalgatas, paseos en embarcaciones, alquileres de bicicletas, pesca, entre otras.

A unos 17 Kilómetros se encuentra la localidad de Vuelta de Obligado, lugar de interés histórico por los acontecimientos sucedidos en 1942.

San Pedro cuenta con aproximadamente 3900 plazas hoteleras para el uso turístico, en diversos tipos de hospedajes, ya sea hoteles, hosterías, posadas, estancias y casas en alquiler. La calidad del sector hotelero es variado si se tiene en cuenta que hace 2 años la cadena Internacional Howard Johnson recicló el viejo hotel Vuelta de Obligado e instaló el único hotel 4 \*\*\*\* que posee esta localidad, no obstante, cuenta con diferentes tipos de alojamientos para pasajeros con distinto poder adquisitivo. También en el sector gastronómico existen lugares de diferentes servicios, desde parrillas, restaurantes, bares, entre otros.

Para aquellos turistas amantes de la naturaleza, las personas pueden tomar embarcaciones para disfrutar el Paraná. Los paseos en barcos duran aproximadamente 2.30 hs., la idea es que los turistas tengan la posibilidad de conocer todas las islas, como así también las especies que habitan en las mismas.

Al estar ubicada a orillas del imponente Paraná, se puede realizar pesca deportiva, incluyendo esta a especies de peces como Patí, Bogas, Surubí, Dorado, Bagres, Pejerrey, Taruchas, etc.

Existen diferentes museos como el del “ Pato ” Morresi, Museo Paleontológico, Museo de Fernando García Curten como así también el Sueño del Tano, que es un museo al aire, en el cual se exponen todas las obras esculpidas por el artista Graciano Penduzzo.



A continuación se describirá la ciudad a partir de un conjunto definido de productos que conforman el sistema turístico del Partido.

Esto fue definido a partir de material bibliográfico entregado por la Municipalidad de la ciudad y relevamientos realizados en la ciudad de San Pedro:

## **6.1. Infraestructura**

### **6.1.1. Rutas**

*El acceso a San Pedro se da por 3 puntos principales:*

- ❖ Desde Buenos Aires o Rosario por la Ruta Nacional N° 9. Obviamente asfaltada, esta ruta se encuentra en excelente estado.
- ❖ Desde Arrecifes por la Ruta 191. Esta Ruta termina en la Ciudad de San Pedro. Se encuentra en buen estado, aunque tiene la particularidad de ser un carril peligroso, ya sea por ser de una sola mano o bien en la entrada de San Pedro por ser muy angosto y estar lleno de árboles a las orillas del camino.
- ❖ Por el Carril Buenos Aires – Rosario llegando a la localidad de Río Tala ubicada a la derecha de dicho carril, se puede tener acceso a la localidad por la ruta N°. 1001. Dicha ruta esta asfaltada pero al igual que la N° 191 es muy angosta y en partes peligrosa.

En general, los accesos no son del todo deficientes, pero si hay que tener en cuenta que el acceso de la ruta 191 no esta como los 2 antes mencionados y es muy peligroso.

Debido a ser una zona que tiene el infortunio de tener tormentas fuertes en algunas épocas del año, cuando ocurre este fenómeno, esta carretera, como se menciono anteriormente al estar cubierta de grotescos árboles, muchas de estas arboledas impiden el paso de vehículos y por tanto el acceso a la ciudad.

También existe un camino interno conectando la ciudad de San Pedro con la localidad de vuelta de Obligado y por ende con Gobernador Castro. Este camino esta en excelente estado, ya que hace muy poco tiempo que se efectuó pavimentación del mismo. Además tiene la particularidad de estar ubicado en las cercanías del Río Paraná. No obstante no es del todo seguro debido a los animales que se cruzan por el carril.

## **Calles**

El mapa del partido muestra un diagrama de calles cuadrangular.

La mayoría de las calles de la ciudad se hallan asfaltadas y las mismas se encuentran en muy buen estado.

El resto de las demás calles, más precisamente en la zona de los barrios más carenciados de la ciudad, si bien están entoscadas, no se encuentran asfaltadas. Las mismas se ven afectadas en épocas de lluvias, generando baches y barro que dificultan el tránsito.

## **Centro Comercial**

La ciudad de San Pedro posee un centro comercial adecuado para lo que es la localidad.

Cuando se ingresa a la ciudad el acceso de la ruta 191 se convierte en la calle Mitre, una de las arterias comerciales más importantes junto con la calle Pellegrini, que corre paralela a la Mitre. Desde el comienzo de la misma hasta donde concluye esta calle hay 24 cuadras. En su totalidad hay varios negocios destinados a diferentes tipos de rubros.

La zona de pleno centro está constituido por 9 cuadras sobre Mitre y otras 9 sobre Pellegrini desde la Avenida 3 de Febrero hasta la Barranca. En este radio se encuentran locales de indumentaria, bares, pizzerías, boliches o pubs, locutorios, productos de la región, artesanías, cine, etc.

La fecha de los negocios es variada, pero muchos de estos conservan su fachada original. Es importante mencionar que la mantención de los mismos es fundamental para la imagen de la ciudad ante el turismo.

En los meses de Enero, Febrero y la primera quincena de Marzo el corazón comercial de la ciudad pasa a ser peatonal durante todos los fines de semana, permitiendo a los locales como bares, pizzerías, heladerías, tener la posibilidad de utilizar la calle como uso comercial.

## **Cartelería**

La cartelería vial no es deficiente, pero si se tiene en cuenta el crecimiento de la ciudad, hay que resaltar que no es suficiente, sin ir más lejos en el acceso a la ciudad, se nota una cierta

carencia de información para la seguridad de las personas que eligen a San Pedro, ya sea para vacacional o realizar negocios.

En el área comprendida por las calles paralelas principales Mitre y Pellegrini, que recorren la longitud total de la ciudad, se instalaron carteles nuevos para indicar las calles y sus numeraciones. Esto no solo se realizó solamente en la ciudad cabecera, sino en todas las localidades que constituyen el Partido de San Pedro.

Lo que respecta al turismo, es importante mencionar que la cartelería es muy buena, especialmente en la zona de la costanera, donde se han colocados una importante cantidad de carteles de madera rústicos, para que no impacte fuertemente con el paisaje y la naturaleza del lugar, que es de mucha importancia para la información del turista.

### **Oficinas de información Turística**

Funciona en la Avenida 3 de Febrero una casa de Información para el pasajero. Este sitio funciona los fines de semana cuando se concentra la mayor cantidad de visitantes.

También cerca de la costanera sobre la Avenida 11 de Septiembre se encuentra la Dirección de Turismo dependiente de la Municipalidad de San Pedro. Esta se encuentra abierta los 365 días del año a cargo de una o dos personas encargadas de aportarle información al turista.

En la Terminal de ómnibus hay un centro de información, pero no se encuentra abierto todo el año, lo cual marca un grave problema cuando las personas que arriban a la ciudad no posea información sobre donde alojarse o las actividades que puede realizar en su estadía.

### **6.1.2. Hospedaje**

La ciudad de San Pedro cuenta con aproximadamente 1800 plazas de alojamiento para el turismo ( sin incluir las plazas de los camping, que cuenta en su totalidad con un espacio para 1600 carpas aproximadamente ).

Estas están distribuidas en diversos tipos de alojamientos, ya sea desde Hoteles 4\* a hospedajes sin categorización.

## **Hoteles**

La ciudad 9 Hoteles, de los cuales 1 esta categorizado 4 \*\*\*\*, 4 establecimientos son de 3 \*\*\*, 2 de los hoteles están concebidos como 2 \*\* y el resto 1 \*.

Aproximadamente el Howard Jonson, único hotel categorizado 4 \*\*\*\*, tiene una capacidad para albergar a 110 personas, los hoteles 3 \*\*\*, en su conjunto tienen espacio para 330 personas, mientras que los de menor categoría en su total pueden alojar a 250 personas.

## **Bungalows y Estancias**

Este tipo de alojamiento se torna mas para el turismo Juvenil y personas que no tienen el deseo de gastar mucho mas de lo necesario. 3 de estos Establecimientos se encuentra en los Camping de la ciudad sobre la zona de la costanera de San Pedro. Otro un poco mas alejado del Bvard. Paraná con bungalows con una capacidad de hasta 6 personas.

Mas alejados del centro urbano, cercano a Gobernador Castro, localidad ubicada a 18 kilómetros de la ciudad cabecera, se encuentra el Establecimiento Esperanza, orientado al Agroturismo. Este complejo si bien tiene condiciones para hospedar huéspedes debido a los bungalows construidos en estos últimos años, también le otorga a los turistas la oportunidad de interesarse por el campo. En dicho establecimiento se puede observar Plantaciones de Cítricos, tiene pileta, quinchos, para realizar actividades como cabalgatas, alimentar a los animales, paseos en sulki, etc.

## **Posadas**

En San Pedro funcionan 2 Posadas ubicadas en diferentes sectores. Una de ellas, llamada Posada Villa Jardín, se encuentra situada camino al Aeroclub, en zonas de quintas, la restante, en cambio esta ubicada dentro de la urbe. Ambas poseen pileta, quinchos, entretenimiento para niños y grandes, servicios de mucama, etc.

## **Camping**

De los sitios que hoy se encuentran en San Pedro y alrededores, orientado a personas que optan por pasar su estadía en carpa, no se tiene un número preciso y exacto de la cantidad

exacta del espacio que se tiene, si se puede mencionar que en su conjunto hay capacidad aproximada para unas 1600 carpas. ( Municipalidad de San Pedro ).

Cabe destacar que en los meses de verano los camping de la ciudad se encuentran saturados, lo cual marca que no existe un espacio considerable entre las personas para mayor comodidad y uso del lugar.

Los camping se encuentran en toda la costanera de San Pedro. Dentro de la misma hay un total de 8 sitios para acampar, que si bien cuentan con la posibilidad de estar asentados a orillas del Paraná, algunos poseen piletas de natación.

A unos 20 kilómetros de San Pedro, más precisamente en Vuelta de Obligado, se encuentra 1 camping. Esta localidad, considerada para muchos como uno de los lugares con mejores condiciones para explotar su espacio natural, debido a la cantidad de espacio virgen que conserva, es uno de los de mayor grado de deficiencia que presenta, ya que no esta considerado como un área de total seguridad para las personas que quieran albergarla. En los últimos tiempos se han ocasionado accidentes, que han llegado hasta consecuencias fatales. Lamentablemente no existe un proyecto fijo por parte del municipio de colocar en condiciones satisfactorias tal Patrimonio Natural para que sea comercializado de la mejor manera sin tener que causar terribles hechos.

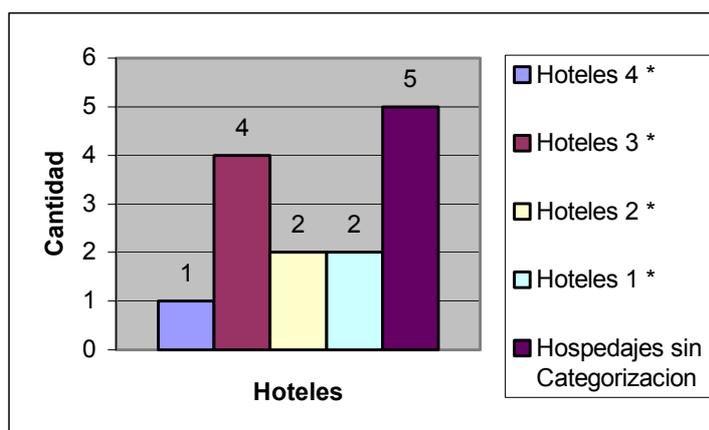
### **Otro tipo de alojamiento**

Estos son los alojamientos que la Secretaría de Turismo de la ciudad, cataloga como “Alojamiento Extra Hotelero”, en el que se incluyen alojamientos familiares, moteles y otro tipo de alojamiento no clasificado anteriormente.

La información que se tiene es escasa acerca de la capacidad que tienen cada uno de estos tipos de alojamiento.

Según la Secretaria de Turismo existen alrededor de 800 plazas, pero es difícil obtener un número correcto de la cantidad de plazas existentes para el uso de esta actividad.

**Gráfico 1: Resumen de la oferta hotelera en la ciudad de San Pedro**



Fuente: Autor

### 6.1.3 Gastronomía

#### Restaurantes

La oferta gastronómica en el rubro restaurantes es importante, contando con 18 establecimientos de diferentes especialidades como parrillas, pastas, pizzas, pescados ubicados en diferentes puntos de la ciudad y alrededores. Cuenta con 6 Restaurantes en el acceso a la ciudad, 7 en la zona Céntrica, 3 en la zona de la costa y 2 restaurantes en Vuelta de Obligado.

La categoría de los establecimientos gastronómicos no es alta, pero brindan servicio de buena calidad, con comodidades para los comensales, y productos de calidad.

Es importante mencionar que si bien por ser una ciudad de casi 40.000 habitantes, cuando hablamos de la cantidad de turistas que visitan el destino en determinadas épocas del año, lo cual estaríamos hablando de un 30% del total de personas que habitan San Pedro, la oferta gastronómica pasa a ser insuficiente para satisfacer dicha cantidad de visitantes antes mencionada.

Además la ciudad cuenta con un total de 7 pizzerías ubicadas en diferentes puntos de la ciudad, las cuales brindan un buen servicio y son un complemento importante para la oferta gastronómica del lugar.

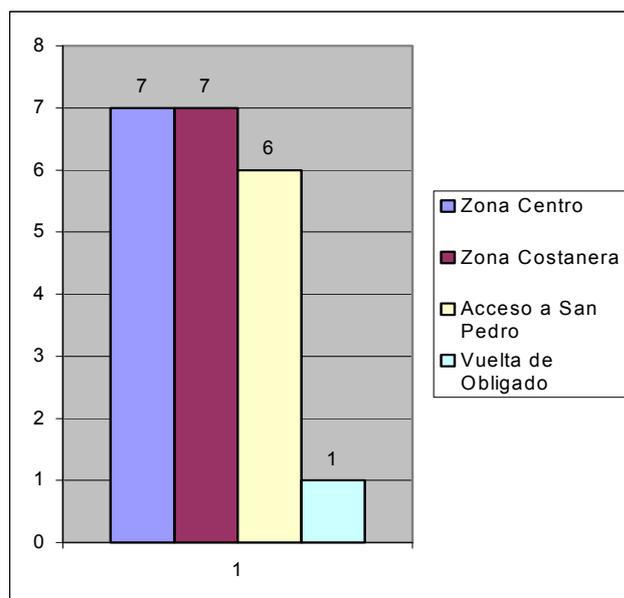
## Comidas Rápidas

Predominantemente, los locales de comidas rápidas de la ciudad, son los habilitados en las estaciones de servicio (hay 7 estaciones de servicio de las cuales 3 de ellas ofrecen este servicio que corresponden a petroleras diferentes ). Estos locales pertenecen a los sistemas que cada una de las petroleras manejan en sus cadenas de estaciones de servicio. Permiten comer sándwich fríos y calientes, panchos, aderezos, bebidas frías y calientes, tanto para disfrutar en el local, como para llevar.

## Comidas típicas de San Pedro

Por tener la principal característica de estar enclavada a orillas del río Paraná, obviamente una de las comidas típicas más importantes son todos los platos referentes a pescados, pero también San Pedro es conocida como la Ciudad de la Ensamada, de tal modo que todos los años en el mes de Agosto se festeja la Fiesta de la Ensamada Mallorquina. Para los turistas que tengan el gusto de deleitarse con esta exquisitez de postres, funcionan casas de té orientado a captar la atención de los turistas y como así también de los mismos habitantes.

**Gráfico 2: Resumen de la oferta gastronómica en la ciudad de San Pedro**



Fuente: Autor

## **6.1.4 Recreación**

### **Lugares bailables / Pubs**

Funcionan entre 5 y 7 pubs en la ciudad de San Pedro. Estos están abiertos los fines de semana. En estos últimos tiempos se ha ido perdiendo la moda de los boliches bailables ya que los jóvenes y turistas prefieren los pubs debido a que la entrada de estos últimos es gratuita. Por este motivo solo se puede rescatar un solo boliche en la ciudad, el cual funciona Viernes, Sábados y vísperas de feriado. No obstante la mayoría de los pubs que funcionan en San Pedro se encuentran abiertos los fines de semana, los cuales están habilitados como sitios bailables.

### **Cine**

Actualmente existe un cine, el cual funciona desde hace muchos años. Sus instalaciones e infraestructura no es del todo adecuada debido a que no se efectúa un mantenimiento constante.

Se encuentra muy cercano al centro comercial y es una buena opción de entretenimiento para que aquellas personas, tanto turistas como residentes locales, puedan disfrutar de algún espectáculo cuando las condiciones del clima no las favorece.

### **Predios Deportivos**

Existen diversos predios deportivos accesibles a todo público, que permiten la practica de diversas actividades a lo largo el año ( como tenis, paddle, jockey, voley, básquet, natación, fútbol, pesca deportiva, entre otras ).

En el Paseo Público, ubicado sobre la costanera, es uno de los mejores lugares para que el turista tenga la posibilidad de realizar distintos pasatiempos. Además paralela a la calle que recorre todo el paseo en forma circular, existe una bici senda en la cual las personas pueden pasear sin correr ningún tipo de riesgo.

También existen varios clubes deportivos que poseen predios que permiten practicar diversos deportes pero que no son accesibles a todo el público en general, sino que dan prioridad a sus socios.

## Otros Entretenimientos

La ciudad presenta posibilidades de esparcimiento para todas las edades. Para la gente mayor existen clubes donde se puede jugar a las cartas o diferentes juegos de mesa.

Ubicado frente a unos de los balnearios más bellos de la ciudad se halla un circuito de Karting, ya sea para el entretenimiento de grandes y chicos.

En el centro de la localidad existen diversos locales con juegos electrónicos y peloteros para los más chicos.

## 6.2. Atractivos Turísticos

Los atractivos en la ciudad de San Pedro se pueden tomar desde el punto de vista de atractivos naturales y atractivos culturales y en base a esto determinar las características de ambos.

A continuación se detallan en el cuadro la cantidad de atractivos, ya sea de interés cultural o natural con los que cuenta el partido.

**Cuadro N° 2. Clasificación de los atractivos turísticos**

<b>ATRATIVOS TURISTICOS DE LA CIUDAD</b>	
<b>SITIOS NATURALES</b>	<b>SITIOS CULTURALES</b>
	<b>Vía Crucis</b>
	<b>Iglesia Principal y Plaza Constitución</b>
<b>Barrancas</b>	<b>Museo Paleontológico</b>
<b>Costanera</b>	<b>Casa Museo Fernando Garcia Curtén</b>
<b>Paseo Público</b>	<b>Museo Osvaldo “ Pato ” Morrésis</b>
<b>Vuelta de Obligado</b>	<b>Municipalidad de San Pedro</b>
	<b>Museo Histórico Regional</b>
	<b>Parque artístico Sueño del Tano</b>
	<b>La Campiña de Mónica y Cesar</b>

Fuente: Autor

### 6.2.1 Sitios naturales

**Barrancas:** A lo ancho de la ciudad, paralelo al río Paraná, están las barrancas de la ciudad. Este sitio es elegido por las personas para disfrutar de una majestuosa vista panorámica de los balnearios y la zona de la costanera.

**Foto 1 y 2: Barranca y vista del Paraná.**



Fuente: Municipalidad de San Pedro ( 2006 )

**Costanera:** Aunque no parezca de suma importancia referirse al Río Paraná, este es uno de los factores más significativos para los turistas que desean pasar sus tiempos de ocio en el Municipio. De las personas que visitan San Pedro, un gran número de ellas realizan la excursión que se realiza en embarcaciones con el objetivo de recorrer las Islas y pasear por el Paraná, no obstante muchos individuos visitan San Pedro con el fin de practicar deportes náuticos.

**Foto 3: Vista aérea de la costanera**



Fuente: Municipalidad de San Pedro ( 2006 )

**Paseo Público:** Años anteriores este espacio verde era un bañado. Fueron unos hombres pertenecientes al ACTUR quienes tomaron la iniciativa de rellenarlo y forestarlo. Gracias a ellos en la actualidad se puede tener la oportunidad de disfrutar este paseo natural, el cual tiene acceso gratuito y es un lugar ideal para descansar, pescar, hacer deportes, compartir con amigos, etc.

**Foto 4: Paseo Público**



Fuente: Autor

**Vuelta de Obligado:** Situada a 19 kilómetros de la ciudad cabecera, se accede, por ruta asfaltada, a la localidad de Vuelta de Obligado, lugar donde recuerda la “*Batalla de la Vuelta de Obligado*” declarado lugar histórico por Decreto Nacional, el 21 de Marzo de 1942.

La batalla de Obligado es geopolíticamente la consecuencia de la defensa de los primeros intereses económicos para el país. Se produjo en momentos en que las potencias europeas ( Inglaterra y Francia ) buscaban nuevos mercados para sus productos comerciales y además le interesaban nuestros suelos que producían materia prima muy barata para la época.

**Foto 5: Vuelta de Obligado**



Fuente: Municipalidad de San Pedro ( 2005 )

### 6.2.2. Sitios culturales

**Vía Crucis:** El lugar sagrado se funde con el bellissimo paisaje del Río Paraná y es desde el pié de la barranca cubierta de vegetación, donde el visitante recorrerá las estaciones del Vía Crucis, hasta finalizar en la cima coronada por una enorme cruz a la cual circunda un imponente anfiteatro natural, donde se desarrollan distintas actividades culturales-religiosas durante todo el año.

**Foto 6: Vía Crucis**



Fuente: Autor

**Iglesia Principal:** Construida en el año 1860, finalizada 12 años más tarde. Posee la particularidad de tener emplazado el campanario en la parte posterior. En su interior posee la imagen de la Patrona de San Pedro Nuestra Señora del Socorro, traída desde Oruro, Bolivia. Todos los 8 de Septiembre se conmemora las fiestas patronales.

**Foto 7: Frente de la Fachada.**



Fuente: Autor

**Plaza Constitución y frente de agua:** La Plaza de la Iglesia, bautizada con el nombre de “Constitución” en homenaje al centenario de la Revolución de Mayo, es el espacio verde más tradicional de San Pedro. En el centro de la plaza, en el lugar ocupado originalmente por la pirámide de la libertad se construyó la fuente en cuyo centro se levantaba una columna con dos farolas para iluminarlas con la energía eléctrica proveniente de la recientemente inaugurada usina. Las cuales años después fueron retiradas de ese lugar. La fuente de la Plaza Constitución, fue inaugurada el domingo 15 de enero de 1905 después de esfuerzos de dos intendentes de San Pedro de comienzo de siglo, don Eduardo González Bonorino y don Filiberto de Oliveira César. Hoy se encuentra completamente restaurada con modificaciones en su parte mecanizada y con su luminaria ubicada originalmente.

**Museo Paleontológico “Fray Manuel de Torres”:** Con este nombre conocemos a una de las Instituciones más laboriosas de la Ciudad de San Pedro. La primera surgida en esta localidad dedicada exclusivamente al desarrollo de una disciplina científica vinculada a las Ciencias Naturales y a su divulgación. Fundado el 13 de Abril de 2003 por un grupo de aficionados a la paleontología. El mismo se encuentra montado en un bello caserón del siglo XIX ubicado en el casco histórico. Esta casa investiga nuestro pasado más remoto, estudia su fauna, los cambios climáticos ocurridos y sus consecuencias. Algunos de los fósiles hallados aquí motivan estudios pormenorizados que, en algunas oportunidades, se han difundido en medios especializados, como ocurrió con el descubrimiento de un zorrino fósil publicado en la Revista del Museo Argentino de Ciencias Naturales.

Otros hallazgos, como el de un enorme armadillo prehistórico o el de un feroz carnívoro de la familia de los cánidos están mencionados en libros como “Los que sobrevivieron a los dinosaurios” o “Los mamíferos fósiles de Buenos Aires”, ambos específicamente paleontológicos.

Uno de los mayores logros del “Fray Manuel de Torres” ha sido el hallazgo y relevamiento de un área fosilífera en la zona del Bajo del Tala. Hoy ese sector de 2.400 m<sup>2</sup> se ha convertido en la Reserva Paleontológica “Campo Spósito”, en honor al dueño del lugar por abrir gentilmente las puertas de su propiedad a la gente del Grupo Conservacionista de Fósiles

Este sector, declarado de Interés Municipal, cobija sedimentos depositados hace unos 500.000 años en el fondo de una zona anegable.

Allí, entre muchas otras piezas, se recuperaron los restos de una manada de perezosos gigantes que murió hace miles de años, posiblemente víctimas del agua que cubría el lugar. Estos ejemplares aportaron datos anatómicos y algunas costumbres de estas grandes bestias acercando, además, conocimientos sobre ciertos cambios evolutivos de los mamíferos en general. El Museo no descuida su lado educativo y brinda recorridos guiados y gratuitos a los colegios del partido de San Pedro que así lo soliciten; una forma de despertar el interés por esta rama de la Ciencia a futuros paleontólogos.

**Foto 8 y 9: Museo Paleontológico**



Fuente: Autor

**Casa Museo Fernando García Curten:** Nace en San Pedro en 1939. Vive en EE.UU. entre 1965 y 1967. Luego se muda a España en 1978. Invitado por Whittier Public Library (California 1967) para su primera muestra individual. Estudia con Carlos López Ruiz y Tink Strother (EE.UU.), Pedro Suñer y Mele Bruniard (Argentina).

Obtiene una beca del Instituto de Cultura Hispánica y expone individualmente en Madrid (1978). Invitado por Elizalde Gallery para exponer en Los Ángeles (California, 1981). Invitado por Illinois Art Council realiza cinco muestras individuales y dos colectivas (EE.UU., 1983/84). Invitado por Latin American Cultural Development, expone en Houston, Texas y en Washington D.C. (1983). Invitado por Galería Estol de Barcelona, España expone en 1987 y 1988. Además, obtiene dos primeros premios en Argentina (1976 y 1977) y Mención Honorífica en EE.UU. (1977). A partir de 1977 deja de participar en salones competitivos. Invitado por diversas galerías argentinas a muestras individuales en varias ocasiones (Gral. Van Riel, Bs. As/ Galería Carrillo, Rosario/ Gral. Teodelapio, Bs. As/ Centro Cultural San Martín, Bs. As/ Centro Cultural Recoleta, Bs. As, etc.).

Obras suyas en colecciones públicas y privadas del país y el extranjero (Brasil, Venezuela, Nicaragua, Italia, etc.). Estas avalan su obra más de 150 opiniones críticas publicadas en antologías, revistas, libros y periódicos del país y del exterior. A partir de 1990 deja de exponer. Empecinadamente solitario y aislado en San Pedro, sigue trabajando en la casa donde nació y creó toda su obra. En 1992, funcionarios y amigos de su pueblo, convierten el lugar en Casa Museo. En 1995 decide, junto a su esposa y sus hijas (la poeta Susana Tosso, la escritora Fernanda García Curten y la bailarina Rosaura García) legar gran parte de su obra al patrimonio comunitario. Por esa decisión se crea en 1997, la “Fundación García Curten”.

**Foto 10: Obra de Fernando García Curten**



Fuente: Municipalidad de San Pedro ( 2006 )

**Museo Osvaldo “Pato” Morresi:** Nació el 15 de Agosto de 1952, sus padres don Antonio Eduardo Morresi, Doña Enriqueta y su hermana Olga Beatriz. Osvaldo amaba a su San Pedro que lo vio crecer, como un chico inquieto y con su gran pasión, los autos. En el museo se encuentra el auto en el cual corrió su ultima carrera debido a su fatal tragedia que le provocó la muerte en aquel tan recordado accidente automovilístico.

**Foto 11 y 12: Museo del Pato Morresi**



Fuente: Autor

**Municipalidad de San Pedro (Antiguo convento Recoleta Franciscanos):** En 1750 se comenzó a construir un convento de Franciscanos en torno al cual se fue formando el pueblo. Para derribarlo en 1888 y construir el Municipio, tal cual se lo ve hoy, fue necesario derribar con sogas las antiguas paredes del convento.

**Foto 13: Fachada de la Municipalidad.**



Fuente: Autor

**Museo Histórico Regional:** La presencia de los franciscanos en este lugar en 1748, impulsado por el P. Francisco Antonio de Goicoechea, dio origen a un poblado, lo que motivó al Cabildo Eclesiástico de Buenos Aires a crear en 1780 el Curato, que tomó el nombre de Rincón de San Pedro de los Arrecifes.

Cuatro años más tarde, el cabildo decidió crear el partido y designar primer comisionado a Miguel Ruiz Moreno, teniendo como sede administrativa al Convento, que en 1888 siendo Intendente don Máximo Millán decidió construir una nueva sede, demoliendo el Convento construido por los franciscanos, sin tener en cuenta el acervo cultural e histórico que con casi cien años de vida representaba la vieja edificación.

En la nueva funcionó el Juzgado de Paz y luego la Comisaría , ocupando el lugar que hoy por Ordenanza N° 5.236 del 6 de diciembre de 2001, el Honorable Concejo Deliberante confirió al “Centro de Estudios Históricos de San Pedro” el derecho de uso y ocupación gratuita del inmueble donde funciona el museo. El museo creado en 1978 por el entonces ex –Intendente Comisionado don Eduardo Luis Donatti y organizado en aquella oportunidad por el actual Director Académico del Centro, Lic. Américo Enrique Piccagli,

son las mismas personas que hoy encabezan el grupo de vecinos que han decidido reabrir el museo.

Este se compone de varias salas que han sido intercomunicadas entre sí para darle funcionalidad al mismo. Las mismas son: Sala Funcional, Institucional, Religiosa, Militar, Central, Depietri y Sanpedrina.

**Foto 14: Sala Funcional**



Fuente: Municipalidad de San Pedro ( 2006 )

**Parque artístico Sueño del Tano:** Este parque museo por decirlo de alguna forma fue creado por un inmigrante Italiano llamado Graciano Penduzzu. Es un parque parcelado con casi plantas, que se exhiben obras escultóricas realizadas en hierro y cemento modeladas a mano. Dos pequeños arcos a ambos lados de la entrada, dejan ver el sol y la luna. Se suceden obras dedicadas a los animales, a San Pedro, a los personajes mas celebres, a su familia. Además cuenta con el rancho del gaucho realizado en adobe y un polifacético museo que muestra el pasado de inmigrantes y nativos ( fotografía, mecánica, los oficios, la música, etc.) Este parque permanece abierto los días Sábados, domingos y feriados.

**Foto 15 y 16: Principales Obras del Parque.**



Fuente: Autor

**La Campiña de Mónica y César:** Fue creada en 1979 por Mónica y César Masetti. Fue establecida en San Pedro por la naturaleza del lugar y porque de dicha localidad es oriundo el señor César Masetti.

En el interior un guía de la Campiña lo llevará a recorrer la zona de producción al mismo tiempo que le explicará el proceso de la fruta hasta que es cargada a los camiones frigoríficos que la transportan hacia otros centros de venta. La campiña le ofrece la posibilidad de almorzar desde parrilladas hasta pastas caseras en el restaurante que se mimetiza con los colores del lugar. Por último podrá adquirir todos los productos de la plantación en el almacén de La Campiña. Si llega la Tardecita podrá tomar un té deleitándose con la puesta del sol.

### **6.3. Servicios básicos**

#### **6.3.1. Servicios de salud**

##### **❖ Hospitales y clínicas**

A nivel salud, el Municipio no está bien posicionado. Los servicios de salud, tanto para los residentes locales como para el turista, están cubiertos por hospitales públicos y por clínicas de mediana complejidad. El Hospital Sub - zonal General San Pedro es de complejidad IV a nivel provincial. Cuenta con cuatro especialidades básicas: Clínica Médica, Cirugía, Toco ginecología y Pediatría. Atiende especialidades por consultorio externo y una guardia, organizada en guardia general (Obstétricas y Pediátricas), descontando la guardia domiciliaria de atención permanente.

Los servicios sanitarios comprenden el Hospital Sub-zonal General San Pedro, 2 Hospitales zonales, 2 clínicas y 11 Unidades Sanitarias en todo el partido.

Casi en la mayoría de los casos de alta complejidad se realizan traslados a otras instituciones, ya sea Capital Federal o Rosario.

##### **❖ Farmacias**

Atienden las necesidades de la ciudad más de 30 farmacias, que atienden las 24 horas a través de sus guardias. Están ubicadas principalmente en la zona céntrica de la ciudad.

### 6.3.2 Seguridad

#### ❖ Policía

La seguridad pública esta a cargo de la policía de la provincia de Buenos Aires y en ciertos casos por la policía Federal Argentina.

#### ❖ Bomberos

Los bomberos de la ciudad y de localidades cercanas como Gobernador Castro, se encuentran bien equipados y con un nivel alto para atender emergencias y accidentes, además de incendios en zonas rurales que son muy frecuentes en esa zona.

### 6.3.3 Niveles de educación

En el partido funcionan alrededor de 100 establecimientos educativos. Entre los cuales encontramos escuelas primarias provinciales, jardines de infantes, centros de adultos, de enseñanza especial, centros educativos complementarios, escuelas secundarias, dos establecimientos privados (Nuestra Señora del Socorro y San Francisco de Asís), nivel terciario, escuelas agrotécnicas, y se dicta la Licenciatura en Comunicación Social (universitaria).

**Cuadro N° 3: Cantidad de establecimientos según su nivel de educación**

NIVELES DE EDUCACIÓN	
NIVEL	CANTIDAD
Preescolar	18
Primaria	38
Primaria y Asist. Social Esc	5
Media	6
Adultos	9
Educacion Especial	2
Formación Profesional	1
Formación Docente	3
Educación Física	1
Conservatorios de Música	1

Fuente: Municipalidad de San Pedro

### **6.3.4 Comunicaciones**

Las comunicaciones están cubiertas por servicio telefónico fijo, celular, acceso a Internet, Televisión por Cable, radios AM y FM y servicios postales. En la ciudad opera una empresa de Televisión por cable con cobertura en todo el partido. En cuanto a servicios postales funciona desde hace años una sucursal de Correo Argentino.

### **6.3.5 Servicios Financieros**

Existen 4 sucursales bancarias que cubren todo los servicios financieros y brindan servicios a las redes de cajeros mas importantes.

- \$ Banco de la Nación Argentina;
- \$ Banco Provincia;
- \$ Banco Río;
- \$ Banco Francés.

También funcionan como casas de cambio, ya que no existen establecimientos que se dediquen exclusivamente a ese servicio.

## **6.4 Estadísticas de San Pedro**

En los últimos años la Secretaria de San Pedro comenzó a realizar encuestas a los turistas y visitantes con el objetivo de estudiar con mayor profundidad la demanda del destino.

Estas encuestas trataban acerca del origen de las personas que visitan el lugar, si es la primera vez que arriba a esta zona, si se recomiendan el destino a otras personas cercanas a ellos, en que tipo de alojamiento pernoctaron, cual fue la estadía y cual fue el gasto diario, como se enteraron del destino, cual fue la razón que los llevo a optar por esta localidad, que medio de transporte utilizaron para llegar, la calidad de la gastronomía, alojamiento y porque motivos prefieren San Pedro para vacacionar. Las encuestas fueron realizadas en dos periodos bien definidos de demanda turística como lo es Octubre a Diciembre del 2005, Enero – Febrero y Marzo del 2006. En los 3 periodos definidos que se realizaron la encuesta se trabajo con distinta cantidad de personas y en ciertas ocasiones el número sumado supera la cantidad de encuestas, esto se debe que algunas personas contestaron más de una opción.

#### 6.4.1 Datos de San Pedro

Cuadro N° 4

<b>LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS TURISTAS</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
La Plata	1	0	0
Capital	27	23	27
Gran Bs. As.	3	47	48
Loalidades Vecinas	3	4	12
Santa Fe/Rosario	8	3	2
Otras Provincias	9	1	1
NS / NC	0	0	9
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

El primer cuadro muestra el origen de las personas que visitan la ciudad. Anteriormente se mencionó que San Pedro está ubicado estratégicamente entre las dos ciudades más importantes del país. A simple vista se puede observar que aún hoy no se ha podido atraer el mercado perteneciente a la provincia de Santa Fé, más precisamente, la ciudad de Rosario. Esta recolección de datos ayuda para que a futuro se pueda empezar a trabajar para cautivar turistas de aquella zona.

Cuadro N° 5

<b>VISITO LA CIUDAD ANTERIORMENTE</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Si	22	36	41
No	29	42	52
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro

En el cuadro N° 5 se puede observar que existe un equilibrio entre los turistas que visitaron anteriormente la ciudad y aquellos que lo realizan por primera vez.

Cuadro N° 6

<b>CON QUE IMAGEN IDENTIFICAN LA CIUDAD</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Accesibilidad	9	13	24
Tranquilidad	35	60	56
Belleza	18	38	34
Otros	6	5	14
Total	68	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro

El cuadro N° 6 es muy importante desde el punto de vista que se refleja la que imagen con que las personas identifican este destino turístico. En todos los periodos que se realizaron las encuestas, se obtuvo como resultado, que casi la totalidad de los turistas y visitantes optan por permanecer en este sitios por su tranquilidad, lo cual marca que se busca permanentemente el contacto con la naturaleza.

**Cuadro N° 7**

<b>COMO SE INFORMO ACERCA DE LA CIUDAD</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Publicaciones	2	5	4
Publicidades	2	8	12
A.V	1	0	4
Radio / Tv	7	16	23
Amigos	27	41	42
Otros	12	16	21
NS / NC	0	0	2
Total	51	78	128

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

Un gran porcentaje de los individuos que arriban a la localidad, se informa a través de amigos y familiares que ya la han visitado. Actualmente no se utiliza como herramientas de publicidad, vías de comunicación con suma importancia como lo son radios, TV, entre otras.

**Cuadro N° 8**

<b>TIPO DE ALOJAMIENTO SELECCIONADO</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Hoteles	0	24	39
Camping	0	16	18
Alquiler de casa de Familia	0	6	7
Casas de amigos y familiares	0	5	2
Otros	0	15	14
NS / NC	0	0	12
Total	0	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

El cuadro N° 8 refleja claramente el tipo de alojamiento que eligen los turistas una vez arribados a la ciudad. Como se puede observar, los camping van perdiendo más concurrencia, la cual es aprovechada por el sector hotelero.

**Cuadro N° 9**

<b>ESTADIA</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Menos de 24 HS.	17	12	21
1 Dia	2	12	8
2 Dias	19	20	38
Mas de 2 Días	13	34	26
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

Por su parte, en el cuadro N° 9 se puede observar que la mayoría de las personas permanece en el destino con una estadía mayor a dos días. Si bien la permanencia de los turistas no es mayor a 3 días, cabe destacar que en tiempos anteriores la mayoría de los individuos que arribaban a la ciudad eran visitantes, es decir, que permanecían menos de 24 hs.

**Cuadro N° 10**

<b>CON QUIEN VIAJA</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Familia	14	43	37
Pareja	27	25	38
Amigos	6	6	26
Otros	4	4	0
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

Se puede observar que la mayoría de las personas viajan en familia y pareja. No obstante según el resultado de la encuesta cada vez se acrecienta el numero de turistas que vienen a la ciudad entra amigos a vacacionar, ya que si bien es un destino donde se percibe la naturaleza y la tranquilidad, también tiene vida nocturna como así también los costos son bajos.

**Cuadro N° 11**

<b>MEDIOS DE TRANSPORTE</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Automóvil Particular	41	55	57
Ómnibus	10	22	32
Otros	0	1	4
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

En este punto se puede observar que los medios de transporte más utilizados son los automóviles particulares. Esto se debe a que no existe numerosas frecuencias de ómnibus de línea regular que le permita a las personas arribar al destino.

**Cuadro N° 12**

<b>RAZON DE LA VISITA</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Descanso	35	66	66
Pesca	3	1	11
Deportes	0	1	2
Otros	13	10	32
Total	54	78	111

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

En el cuadro N° 12 se muestra la razón por la cuál los turistas visitan San Pedro. En este punto se da un panorama de que las personas arriban al destino por descanso No obstante seria importante realizar acciones para captar otros mercado, como por ejemplo es de pesca deportiva, teniendo en cuenta que esta localidad esta situada a orillas del Río Paraná.

**Cuadro N° 13**

<b>ESTADO DE LOS ACCESO A LA CIUDAD</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
En muy buen estado	7	26	11
En buen estado	26	41	55
En regular estado	11	10	20
En Mal estado	6	1	7
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

En este cuadro las encuestas realizadas dan como resultado a simple vista que los turistas están conformes con los accesos a la ciudad. No obstante cabe destacar que el acceso principal a la ciudad, no esta en condiciones favorables y que posee un nivel alto de peligrosidad debido a la cantidad de arboledas que se encuentran ubicados a orillas de la ruta.

**Cuadro N° 14**

<b>GASTO DIARIO</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Menos de \$ 50.	20	15	33
Entre \$ 50 y \$ 100.	24	30	42
Mas de \$ 100	7	22	15
NS / NC	0	11	3
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

El cuadro N° 14 muestra a simple vista el gasto diario promedio de los turistas y visitantes arribados a la ciudad. Es importante destacar que este destino tiene un bajo costo en todos sus servicios, sean gastronómicos, de alojamiento como así también las entradas a los sitios de interés.

**Cuadro N° 15**

<b>CALIDAD GASTRONOMICA</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Muy buena	5	20	19
Buena	19	26	61
Regular	7	3	3
Mala	12	1	1
NS / NC	0	28	9
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

**Cuadro N° 16**

<b>CALIDAD DE LOS ALOJAMIENTOS</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
Muy buena	9	18	14
Buena	25	25	58
Regular	0	5	6
Mala	12	30	15
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

Por último se detallan los siguientes cuadros, relacionado con la calidad de los servicios turísticos.

La calidad gastronómica es relativamente buena, lo cual no afirma que sea suficiente, ya que en periodos de alta concurrencia esta se ve desbordaba. No obstante se resalta que la gran mayoría de los turistas parecen no estar conformes con la calidad de los alojamientos. Se cree que esta falencia debe ser tratada, mas aún teniendo en cuenta que un producto

turístico con suma jerarquía, como lo es la hotelería, actualmente se brinda de manera incorrecta lo cual es percibido por los visitantes.

**Cuadro N° 17**

<b>RECOMENDACIÓN PARA OTRAS PERSONAS</b>	<b>De Octubre a Diciembre del 2005</b>	<b>Enero y Febrero del 2006</b>	<b>Marzo del 2006</b>
SI	48	61	81
NO	3	17	12
Total	51	78	93

Fuente: Municipalidad de San Pedro.

Como conclusión de los cuadros mencionados anteriormente podemos observar que San Pedro esta creciendo continuamente en esta nueva actividad, pero que si bien muchas de las respuestas son favorables, también es cierto que quedan muchas cosas por realizar en todos los ámbitos de prestación de servicios.

#### **6.4.2. Cantidad de Turistas arribados a San Pedro en épocas diferenciadas**

A continuación se describe de forma sintética una comparación del crecimiento turístico favorable en base a la cantidad de turistas que visitan San Pedro.

**Cuadro N° 18**

<b>CANTIDAD DE TURISTAS SEGÚN ALOJAMIENTO</b>	<b>Diciembre 2004 - Enero 2005</b>	<b>Diciembre 2005 - Enero 2006</b>
Turistas en Hospedajes	10.635 Personas	12.816 Personas
Turistas en Camping	9.558 Personas	11.200 personas
Carpas en Camping	2.893 Carpas	2600 Carpas
Total	20.193 Turistas	24.016 Turistas

Fuente. Municipalidad de San Pedro

Este relevamiento se llevo a cabo entre en las temporadas de verano Diciembre 2004 – Enero 2005 y Diciembre 2005 – Enero 2006.

A simple vista se puede deducir que la ciudad ha tenido un crecimiento favorable en cuanto a la entrada de turistas.

También se percibe que la ocupación de los camping decreció en relación a la temporada anterior y que por consecuencia aumento la demanda en Hoteles, hosterías, etc.

## 7. PROPUESTAS

### 7.1. Análisis FODA

El análisis FODA, consiste en analizar los puntos fuertes y débiles de un destino, en este caso San Pedro, así como las oportunidades y amenazas con las que se va a encontrar para realizar su actividad:

& **OPORTUNIDADES:** son situaciones del entorno que permiten mejorar la situación competitiva de la empresa o destino si son aprovechadas.

& **AMENAZAS:** son situaciones que, si no se afrontan adecuadamente, pueden situar a la empresa o destino en peor situación competitiva.

& **FORTALEZAS DE UN DESTINO:** son aquellos aspectos de la misma que suponen una ventaja comparativa frente a las demás empresas o destinos competidores del sector.

& **DEBILIDADES DE UN DESTINO:** son aquellos aspectos que suponen una desventaja comparativa frente a las demás empresas o destinos competidores del sector.

El objeto de este punto es organizar la información necesaria para completar el conocimiento y descripción del negocio, tanto del entorno donde se desenvuelve la actividad (información externa), como del proyecto mismo a ser desarrollado (información interna). *“Las actividad turística es muy sensibles a los cambios en sus entornos sociales, políticos y económicos”*. (Kotler, 2004).

Esta información permitirá analizar oportunidades y amenazas del entorno, fuerzas y debilidades de la ciudad de San Pedro. A continuación se analizarán las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, en forma resumida en tablas y a continuación de cada una de ellas se comentan con más detalle para una mejor comprensión.

ASPECTOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<i>En relación a los Recursos Turísticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplia variedad de recursos naturales: Bosques, Río Paraná.</li> <li>• Importantes monumentos históricos.</li> <li>• Ricas atracciones Culturales</li> <li>• Hospitalidad y amabilidad de los residentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación del Río Paraná</li> <li>• Deterioro y abandono de algunos monumentos con gran importancia histórica como por ejemplo los cañones, el muro con las cadenas y placas en Vuelta de Obligado.</li> <li>• Problemas sociales como robos, violencia, etc.</li> </ul>
<i>En relación a los Servicios Turísticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Howard Johnson en el centro de San Pedro</li> <li>• Variados Camping que permiten que el turista tenga contacto con la naturaleza y bajo costo</li> <li>• Tiendas de Artesanías</li> <li>• Variada oferta de restaurantes</li> <li>• Amplia variedad de festivales durante todo el año. Ejemplo San Pedro Rock o Fiesta de la Ensamada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pocos hoteles y de baja capacidad para la demanda que tiene San Pedro en determinadas épocas del año</li> <li>• Transporte Público deficiente.</li> <li>• Personal poco capacitado</li> </ul>
<i>En relación a la Infraestructura</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía a la ruta 9.</li> <li>• Carreteras nacionales en buen estado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidades de mejorar los accesos a áreas naturales.</li> <li>• Acceso a la ciudad “ Ruta 188” en estado deficiente.</li> </ul>
<i>En relación demanda</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran cantidad de turistas que se sienten atraídos por la naturaleza</li> <li>• Turismo corporativo durante todo el año, puntualmente de las ciudades de Rosario y Buenos Aires.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas solo duermen promedio 2 o 3 noches.</li> <li>• En épocas de mucha demanda no se alcanza a satisfacer a todos los turistas.</li> </ul>

### **7.1.1. Fortalezas**

San Pedro es la localidad con más importancia como destino turístico del partido, teniendo en cuenta que es la ciudad más grande, con mayor cantidad de servicios básicos ( hotelería, gastronomía, terminal de ómnibus, servicios turísticos, etc.).

Este lugar posee una gran cantidad de atractivos naturales de alta jerarquía como lo es el Río Paraná, las islas, espacios verdes que no han tenido influencia humana, entre otros. Todos estos encierran una fortaleza muy significativa, ya que estos son los atractivos más valorados por los turistas.

Que la localidad posea un hotel Howard Johnson y reconociendo la importancia de la cadena, hace que San Pedro se vea como una ciudad en efectivo crecimiento.

La gran variedad de festivales que hay a lo largo del año hacen que aumente la cantidad de viajeros. Los festivales son para todos los gustos y edades ( Fiesta de la Ensamada, San Pedro Rock )

Al estar situada a pocos kilómetros de la Ruta Nacional Nº 9, se puede tomar como una gran ventaja ya que esta es una de las más circuladas del país, además de ser la arteria principal que conecta Buenos Aires con Rosario, metrópolis de las cuales llegan el mayor número de personas a vacacionar.

También hay que señalar que el turismo corporativo o por muchos llamados de negocios, esta ascendiendo día a día en esta localidad. Según la Secretaria de Turismo de la zona, el porcentaje de ocupación en la ciudad durante días hábiles es de casi un 60%.

No existen muchas ciudades que tengan la ventaja de estar asentada a orillas del Paraná, con tantos espacios naturales y áreas vírgenes, es por ello que es tan elegida por turistas de urbes considerables como lo son Buenos Aires y Rosario, los cuales buscan escapar de la vida cotidiana de la semana y pasar un fin de semana relajado.

### **7.1.2. Debilidades**

Una de las debilidades de San Pedro como destino turístico es la baja cantidad de plazas para hospedar a turistas en temporadas picos ( Enero, Febrero, Semana Santa, Fines de semana Largos, etc.), también la calidad hotelera no es la adecuada para una ciudad que se encuentra en constante crecimiento.

La terminal, que es como la carta de presentación para la ciudad, no está remodelada y acondicionada para el arribo de visitantes. No posee los servicios necesarios para ofrecer mayor comodidad y asistencia a las personas que ingresan al destino.

Muchos lugares cercanos a la ciudad, como vuelta de Obligado, no son conservados. Esto incide de forma directa en la mala imagen que da el partido, como así también en la localidad misma, con la contaminación del Río Paraná.

Como se ha mencionado anteriormente acerca de que la ruta 9 es una fortaleza para San Pedro, también hay que señalar que el acceso a la localidad es totalmente desfavorable para la misma.

Una debilidad destacada y muy interna de la ciudad es la baja conciencia turística de la comunidad. Hay buena parte de los prestadores de servicios que carecen de profesionalidad en el manejo de la actividad (por diversas razones no analizadas), y muchos de ellos no tienen la actividad turística con su actividad principal, lo que hace que muchas veces no le dediquen el tiempo necesario.

El transporte público en la ciudad es casi inexistente. Las personas que desean recorrer la ciudad y que no tienen la oportunidad de tener auto propio, solamente pueden hacerlos en remises privados, es decir, no existe ningún colectivo que realice un city tour o toque los puntos más importantes de la ciudad.

Otro problema que se presenta cada vez con mayor secuencia, es que a medida que va creciendo la actividad turística de la región, van aumentando los robos y destrozos de atractivos, causados por la juventud, ya sea juventud local como los propios turistas.

Una de las más importantes debilidades es que en épocas de mucha demanda, principalmente en la temporada de verano, la cantidad de plazas disponibles no llegan a cubrir satisfactoriamente la necesidad de los turistas que arriban a la ciudad. Por este motivo, muchos visitantes deben pernoctar en otras urbes próximas a San Pedro.

ASPECTOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<i>Tendencias generales del Turismo</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preferencias por destinos en los cuales se pueda realizar Mini turismo.</li> <li>• Buscar contacto con la naturaleza.</li> <li>• Aumenta la demanda por servicios turísticos diferentes.</li> <li>• Preferencias de los turistas por destinos envueltos en un entorno rural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viajes breves, no mayor a 2 o días de pernocta.</li> <li>• Consumidores exigentes.</li> <li>• Mayor exigencias de la calidad de las instalaciones.</li> </ul>
<i>El Turismo local y sus prioridades</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de los ingresos de la ciudad por el turismo</li> <li>• Favorecer el ecoturismo</li> <li>• Apoyo a las tradiciones y valores culturales de la ciudad de San Pedro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas con un bajo nivel de gastos</li> <li>• Quejas por deficiencias en infraestructura.</li> <li>• Quejas por falta de cuidado en el acceso a San Pedro.</li> </ul>
<i>La Competencia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudades vecinas con pocos servicios turísticos.</li> <li>• Espacios naturales vírgenes</li> <li>• Proximidad a destinos con poca experiencia turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudades vecinas o cercanas buscan adoptar esta actividad como fuente de ingreso para su economía, ejemplo Ramallo, Baradero.</li> </ul>
<i>Marco legal</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una zona prioritaria de desarrollo turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo presupuesto municipal para inversionistas en San Pedro.</li> <li>• No existe una estrategia turística municipal.</li> <li>• Leyes para el cuidado de los atractivos</li> </ul>

### 7.1.3. Oportunidades

La devaluación del peso argentino, hizo que el turismo de Argentina se vuelva receptivo y no emisor como lo era años atrás. Esto favoreció a que nazcan nuevos destinos y se

fomente la idea de mini turismo, esta fue la oportunidad que ayudo a San Pedro a comenzar a crecer como ciudad turística.

Otra oportunidad a tener en cuenta es que el mercado al que apunta San Pedro, es un turismo que arriba a la ciudad en busca de contacto de naturaleza y zonas rurales, ya que no lo tienen en el lugar donde residen.

El hecho que no haya ciudades cercanas a San Pedro condicionadas con los mismos servicios que tiene esta localidad, es una oportunidad para esta ultima. A todo esto se le suma la cantidad de espacios vírgenes que posee la ciudad y que no han sido explotados. No obstante no hay proyectos a futuros como para explotar esos sitios vírgenes. También no se puede dejar de mencionar que ninguna ciudad vecina tiene experiencia necesaria en esta actividad.

En resumen San Pedro cuenta con ciertas oportunidades que no deben dejar de ser aprovechadas, ya sea su posición estratégica, estar enclavada a orillas del Paraná, mayor servicios turísticos que otras localidades, etc.

#### **7.1.4. Amenazas**

Las amenazas que tiene todo destino turístico son muchas, pero en destinos que están en evolución aún son mayores.

Cada vez los turistas son más exigentes, buscan mejor precio y mayor calidad de servicios, tanto en el sector hotelero y gastronómico. Todo esto se vuelve una amenaza para la ciudad, más para aquellos turistas que regresan al destino y no encuentran mejoras en los sectores antes mencionados.

Una amenaza fuerte para la zona es la falta de cuidados de los atractivos naturales o la sobreexplotación, que posiblemente desmejore los atractivos disminuyendo la calidad que hoy los caracteriza, o quizá dejando a la zona sin algunos de sus lugares más interesantes.

Es importante que la ciudad siga creciendo paralelamente al número de turistas que la visitan, también que se tengan en cuenta y que no se estanque con el nivel máximo que alcanzo en ciertos momentos.

## **7.2. Mercado**

### **7.2.1. Turistas actuales**

Se puede deducir que el mercado turístico en la ciudad de San Pedro esta dividido en tres productos:

#### **† Temporada de verano**

Se puede decir que esta época esta considerada como el período de mayor importancia observándola desde el punto de vista de cantidad de turistas que visitan la ciudad. Generalmente las personas interesadas en conocer San Pedro aprovechan los fines de semana para visitarla, pero en este período es donde se puede observar que los turistas permanecen más de un fin de semana en la ciudad, más aun si nos referimos a los turistas que llevan sus equipos de camping. Si bien durante casi todo el año los viajeros que arriban al destino son en su gran mayoría familias, esta es la estación mas aprovechada por la juventud.

#### **† Temporada de Invierno**

Fuera de temporada, la demanda es baja. Llegan a la ciudad turistas esporádicos, contingentes de jubilados, entre otros

Durante esta época del año, se nota que la mayor concurrencia de turistas que arriban a la localidad son de Capital Federal, que de otras ciudades. Como se dijo anteriormente la demanda en esta temporada decae abruptamente en comparación con la de verano, más si se tiene en cuenta que el Río Paraná es uno de los factores mas relevantes que inciden de manera considerada sobre la toma de decisiones de las personas que desean pasar su estadía en este destino. Igualmente según las estadísticas realizadas por la Secretaria de Turismo de San Pedro, durante este período, la ciudad se encuentra con un porcentaje bastante alto de ocupación: 80 % durante los fines de semana y 60% durante días hábiles, esto indica que la ciudad debido a su posición estratégica es utilizada como punto de encuentro para turismo convencional.

## † Pesca Deportiva

Existe un bajo grado de personas que arriban a este lugar con el objetivo de practicar la pesca, esto es preocupante si se tiene en cuenta que es una zona muy rica y con una gran variedad de peces en toda época del año.

Llegan personas de Capital Federal, Rosario, etc, como así también de localidades cercanas que pretenden disfrutar de un fin de semana distinto a lo cotidiano. No obstante hoy en día es poco si se tiene en cuenta las condiciones del territorio para realizar esta actividad.

### 7.2.3 ¿Qué tipos de turistas pueden tener interés en los atractivos Sanpedrinos?

Realizando un análisis de los atractivos que hay en San Pedro y la zona, podemos definir en los diferentes segmentos del porque las personas visitan San Pedro:

#### ↳ **Turismo de descanso o vacaciones**

Este es sin duda el motivo más importante para la ciudad, como la mayoría de las personas que desean conocer San Pedro viven en urbes de tamaños considerados, cuando salen de vacaciones buscan estar en contacto pleno con la naturaleza, el verde, el aire puro. No buscan algo en particular, sino el descanso a través de la tranquilidad de los atractivos y del lugar. La zona posee diversos atractivos para el descanso.

#### ↳ **Turismo deportivo**

Debido a las condiciones de la zona, un mercado muy importante al que apunta la ciudad es al turismo de deportes. Muchas personas eligen San Pedro para realizar pesca, hacer deportes náuticos, caza, etc. Este segmento incluye actividades que pueden realizarse todo el año, con las restricciones propias de cada actividad.

#### ↳ **Turismo de aventura**

Los atractivos naturales permiten realizar este tipo de turismo, como por ejemplo Vuelta de Obligado, sendas para caminatas, campings agrestes, etc. En la zona de Vuelta de Obligado se pueden realizar caminatas explorando el lugar.

Las actividades pueden realizarse todo el año, solo teniendo en cuenta las condiciones del ambiente ( Frió, lluvias, etc.).

#### ↳ **Turismo de Negocios**

Debido a su ubicación, la ciudad cuenta con una ventaja sorprendente para explotar esta rama del turismo. Si bien no cuenta con la infraestructura necesaria para grandes convenciones, existe un porcentaje considerable de ocupación de empresarios que desean realizar sus negocios en esta localidad.

#### ↳ **Turismo cultural**

La futura valorización de los atractivos permite sostener un turismo Cultural. Lugares históricos como Vuelta de Obligado es un punto clave para turistas que quieren conocer con mas profundidad acerca de la historia del lugar. También existen museos de diferente índole para los visitantes interesados en estos atractivos.

## 8. CONCLUSIONES

En la ciudad de San Pedro se sitúan la mayor cantidad de atractivos turísticos, teniendo en cuenta las demás localidades que conforman el partido, es decir, está condicionada con la mayor parte de los servicios turísticos como la gastronomía, la terminal, los lugares de recreación, hotelería, etc.

El municipio no debe ignorar esta pertenencia y se debe poner como meta promover y explotar a San Pedro como destino turístico y hacer de esta actividad una fuente de ingreso primordial, no solo para la ciudad misma, sino también para el partido.

La actividad turística en la zona esta empezando a ubicarse como uno de los ejes de desarrollo para la comunidad.

A partir del análisis realizado anteriormente acerca del mercado y tipos de turistas que visitan la ciudad ( Turismo deportivo, convencional, aventura, cultural o que busca contacto con la naturaleza ), se podría deducir que este fenómeno del turismo va adquiriendo mayor posicionamiento para el desarrollo de la misma.

Debido a las características de la zona, hay segmentos que adquieren una presencia más fuerte en comparación con otros, pero igualmente se tendrían que trabajar y ser valorizados de la misma manera, o bien no descartarlos, para poder obtener resultados positivos a futuro.

Otro de los puntos que se debe señalar son los grandes problemas económicos que presenta la sociedad Argentina. Esto hace que los individuos no tengan la posibilidad de vacacionar. Asimismo se debe tener en cuenta que las personas que tienen un bajo poder adquisitivo, que tienen la necesidad de disfrutar unos días de ocio y descanso, cumplan su deseo realizando viajes de cortas estadías y no muy lejano al lugar donde habitualmente residen.

Si bien el municipio de esta localidad promociona el destino por los alrededores, muchos de los turistas que visitan San Pedro lo hacen por recomendaciones de personas que ya lo han realizado, eso da a entender que la calidad de los servicios no es deficiente, sino que es necesario un reordenamiento del conjunto de elementos que forma el sistema turístico de la zona.

La ciudad posee atractivos naturales que hace que se ubique en la mente de los consumidores. Uno de ellos y quizás el más importante, es el Río Paraná. Este factor hace que San Pedro tenga una mayor ventaja que las demás ciudades. De la misma manera se ve

beneficiada por atractivos que poseen una alta conservación natural, como es el caso de Vuelta de obligado.

Otro de los puntos observables en este trabajo, se torna a la baja conciencia turística de la sociedad, o sea, de los residentes locales. Hoy la ciudad encuentra en el turismo una fuente de ingreso importante, más aún si se tiene en cuenta que la actividad agrícola no está atravesando un buen momento, problema más reflejado en el sector frutícola. Este punto debe ser considerado de suma importancia por el municipio y tratar de llevar a cabo planes de concientización para toda la población Sampedrino de la importancia de lo que esta actividad genera en su ciudad de origen.

También existe falta de profesionalidad en este sector, ya que esta localidad no cuenta con personas que tengan un buen manejo de lo que es la actividad turística. Todo esto antes mencionado acerca de la concientización y falta de profesionalidad, lleva a que se disminuya la atención a los turistas y se les preste una menor calidad de servicios. Todo esto es una baja importante para el crecimiento futuro de la localidad, lo cual debe tratarse por la comunidad en conjunto.

Conjuntamente cabe destacar que la ciudad no está siendo promocionada continuamente, tampoco cuenta con el apoyo de Agencias de Viajes y Empresas de Turismo Mayoristas, lo cual hace que muchas personas no tengan conocimiento de la existencia de este destino.

Porter ( 1998 ), cuando habla de estrategias genéricas sostiene 4 puntos fundamentales:

- Líder en costos: Para mercados masivos siendo el precio más bajo;
- Diferenciación: Para mercados masivos siendo el mejor;
- Enfoque en costos: El más barato en ese segmento; y
- Enfoque en diferenciación: Ser el mejor en ese Segmento.

En este trabajo se cree necesario abordar por la estrategia de enfoque, ya sea en costos como en diferenciación puesto que la primera es importante debido a que San Pedro no es un destino que posee elevados precios en todos sus servicios. Los turistas arribados a esta localidad buscan el contacto con la naturaleza, porque es un destino cercano y porque su costo diario es bajo en relación a otros lugares. También se cree necesario una estrategia basada en la diferenciación del producto puesto que se busca que la ciudad sea la mejor respecto a ciudades aledañas a San Pedro y con similares servicios.

## **8.1 Propuestas**

A partir de lo expuesto en este trabajo, es importante definir una serie de líneas estratégicas para los mercados potenciales de la ciudad de San Pedro como así para toda la actividad turística.

### **8.1.1 Líneas estratégicas para los mercados.**

Ya con lo expuesto anteriormente en el trabajo e identificado los segmentos de mercados según el motivo de viaje de los visitantes, podemos mencionar que san pedro debe tener una estrategia para cada tipo de mercado potencial o para atraer un futuro mercado.

#### **⇒ Turismo de descanso o vacaciones**

La estrategia debe estar relacionada con la seguridad que otorga este destino teniendo en cuenta la seguridad del mismo. Debido a que los turistas son proveniente en su gran mayoría de metrópolis con una población elevada, como es el caso de Rosario y Capital Federal, es importante mostrar las opciones que otorga este destino enfocándolo en la importancia del contacto con la naturaleza y el aire libre.

#### **⇒ Turismo deportivo**

Lo importante de este segmentos es que el turista pueda notar la importancia del destino para realizar diferentes tipos de actividades ( Pesca, caza, esquí acuático, etc ).

Es importante tener en cuenta que para poder atraer este segmento y posicionarse en el mismo, se deben brindar distintos servicios, como hoteleria o transporte, que sirvan como complemento a este segmento. Los productos turísticos deben contemplar esto, no se puede ofrecer en la ciudad solo el deporte, hay que proveer la mayor cantidad de servicios posibles.

### ⇒ **Turismo de aventura**

Este segmento está muy relacionado con el turismo deportivo, lo que no necesita a diferencia de este último son servicios como hotelería debido a que está más abocado a lo que es por ejemplo los campings. Este segmento tiene que buscarse a través de la tranquilidad, de la valoración de los atractivos naturales, entre otros.

### ⇒ **Turismo de Negocios**

Este es quizás uno de los segmentos más difíciles de potenciar, debido a que los turistas buscan precios pero con buena calidad, es decir, lo mejor a menor costo.

Este es un turismo ideal para combatir la estacionalidad, y una herramienta de promoción debido a que quien quede satisfecho es posible que regrese. Es importante rescatar la ubicación estratégica de la ciudad de San Pedro que le posibilita poder potenciar este segmento.

### ⇒ **Turismo cultural**

Lo principal es la calidad del atractivo cultural. Como en todos los segmentos los servicios básicos son primordiales, paralelo a esto último es necesario que el turista tenga todos los materiales de apoyo en cuanto a los atractivos como así también que los guías estén compenetrados con el lugar en sí, como por ejemplo el Museo artístico “Sueño del Tano” la persona encargada de guiarlos en el sitio es quien fundó y esculpió todas las obras que se encuentran en el parque.

## **8.1.2 Líneas estratégicas para la actividad turística del Municipio.**

Se deben poner en prácticas ciertas líneas estratégicas a todos los segmentos mencionados anteriormente. Estas tienen que ver con temas que influyan a futuro en el crecimiento de la actividad turística de la localidad

✿ Perfeccionamiento constante de los prestadores de servicios turísticos, a través de cursos y seminarios dictados por personas profesionales en esta actividad. Esto garantizará una mejor atención al turista y un mejor desenvolvimiento de los prestadores ante ocasiones desafortunadas;

✿ Formular leyes acerca de la conservación y cuidados de los atractivos turísticos naturales e históricos, como por ejemplo “ La Vuelta de Obligado ”. Actualmente no existe una ley que ponga en marcha un plan para la conservación de este atractivo. Esto se refleja claramente en el abandono que presenta el lugar. No obstante es uno de los atractivos más visitados del municipio debido a su valor histórico;

✿ Buscar nuevas frecuencias de transporte de línea regular que posibilite la llegada de más turistas al destino. También es necesario estar bien capacitado para poder otorgarle de la mejor manera la información al turista;

✿ Concientización de los residentes locales sobre la importancia de la actividad turística en la zona. Es importante mostrarles a los habitantes de que este factor puede ser uno de los principales apoyos económico para el crecimiento de la localidad. Esto se puede dar de dos formas: Una de ellas es la inserción de la actividad turística en los contenidos curriculares del EGB y Polimodal y la otra es crear facilidades para que las personas residentes tenga la posibilidad de conocer y aprender sobre los atractivos con lo que cuenta su ciudad;

✿ Consolidar la idea a los prestadores y pobladores que la peor publicidad para San Pedro es un cliente insatisfecho;

✿ Generar ventajas para que las empresas no pertenecientes al municipio, se interesen por invertir en la zona. Actualmente se necesita inversores que creen nuevos servicios que estén relacionados al turismo.

Es importante mencionar que el Municipio es el actor más influyente para llevar a cabo las líneas estratégicas anteriormente expuestas, contando con el apoyo de actores de gran relevancia como el sector hotelero, gastronómico, entre otros.

La puesta en práctica de estos objetivos ayudará a un favorable crecimiento y a brindar a los visitantes una mayor calidad de servicios.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. A.

1985; Planificación estratégica del Turismo: Esquema Metodológico, Estudios Turísticos.

Ahumada, J.

1966; La planificación del desarrollo, Cuadernos del S. V, Volumen VI, Caracas.

Ander Egg, E.

1995; Introducción a la planificación; Ed. Lumen, Buenos Aires.

Bote Gomez, V.

1997; Planificación económica del turismo, de una estrategia masiva a una artesanal; Ed. Trillas, México.

Boullon, R.

1997; Planificación del espacio turístico, Ed. Trillas, México, D.F.

Braidot, N.

1993; Marketing Total, Ed. Macchi, Argentina.

Capece, G.

2002, Productos turísticos, Centro de Estudios y proyectos Turísticos, Rio Negro, Argentina.

Cárdenas Tabares, F.

1997, Comercialización del Turismo. Determinación y análisis de mercados, Ed. Trillas, México.

Cuñat Cossonis, R., Checa de Codes, J. M ., Garrido Bartolome, M., Garrido Ramirez, E., Gómez Fungairiño, A., Gonzalez Isla, A., Gonzalez Liberal, P., Lacasa Suarez Inclan, M., Maestre Aznar, T., Sainz de Vicuña y Garcia Pietro M.

1985, Ed. Colegio Oficial de Ingenieros, Canales y Puertos. Montalbán, 3 Madrid.

Eggman Robert, J.N.

2001, Definición de estrategias para la actividad turística en Esquel y la zona, Tandil.

Fernández Ávila, V. R., Mendoza Muñoz, C.A.

2005. Plan de desarrollo turístico Quindío 2020, Universidad Esternado de Colombia.

Hermida, J., Serra, R., Kastika, E.

2004, administración y estrategia, Ed. Macchi, Argentina.

Kotler, P.

1994, Mercadotecnia de localidades, Ed. Diana, México.

Kotler, P.

1997; Mercadotecnia para hotelería y turismo, Ed. Prentice Hall, México.

Kotler, P.

2004; El Marketing de servicios profesionales, Ed. Paidos Iberica, México.

Martínez Guarino, R.

1996, Estrategias de gestión y microplaneamiento. Ed. Lumen Humanitas. Buenos Aires.

Matus, C.

1985, Planificación, libertad y conflicto, Iveplan, Caracas.

OMT

1981; Planificación y desarrollo de los destinos turísticos.

Porter, M.

1998; Estrategia competitiva, Compania Ed. Continental, México.

Przybylski, A.

1995, Marketing de sevicios turísticos, Ed. Surpass, Argentina.

Rodríguez Barros, C

2000, El turismo en la Gomera: Necesidad de una Planificación estratégica, Ed. Cuadernos de Turismo, Murcia, España

Schulte, S.

2003, Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la Planificación del sector Turismo, ILPES, Publicación de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.

Secretaria de Turismo de México.

2004, Planeación y gestión del desarrollo, Ed. Digital, SECTUR, México.

Secretaria de turismo de San Pedro

Internet: [www.sanpedro.gov.ar](http://www.sanpedro.gov.ar)

Secretaria de turismo de la Nación.

2005; Plan federal de turismo sustentable.

Toyos, M.,

2005, El A B C del Marketing de servicios Turísticos, Ed. Turísticas Librerías.

Yehekel, D.

1973; The Planning Process a Faces Design, A Rades in Planning Theory, Pergamon Press, Oxford.