



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

**“Turismo y Planificación: Diagnóstico turístico del
Municipio de Victoria, Entre Ríos.
Una mirada del presente, un aporte a su futuro.”**



Facultad: Turismo y hospitalidad

Carrera: Licenciatura en Turismo

Alumna: Mora Barrientos, Clara María

Legajo N°: 23068

Buenos Aires, Marzo, 2010

Agradecimientos:

A mi familia, Dogo, Yoli, Diego y Mica por su incondicional apoyo durante todo el transcurso de mi carrera y la vida, que no es poco.

A mi compañero, Agustín, que con sus palabras de aliento, su compañía en cada viaje, me llevó de la mano para llegar hasta este punto del camino.

A Roberto Almará, su mamá Sonia Dios, y Diana Lima que me regalaron su ciudad como inspiración de este trabajo.

A Roberto “Boby” Bermúdez y Guillermo Musante, dos colegas que me apoyaron a cada paso durante este proceso.

A mis amigos: Yami, Belén, Pedro, Ro, y seguro que me olvido de alguien ahora...

A todos los profesores que contribuyeron a mi formación como futura licenciada en turismo.

A todos los residentes de Victoria que dedicaron parte de su tiempo, sin ellos no hubiera sido posible esta investigación.

INDICE DE CONTENIDOS

Pág.

PARTE I ASPECTOS INTRODUCTORIOS A LA INVESTIGACION

1 Aspectos introductorios	6
1.1 Introducción	6
1.2 Tema de estudio	8
1.3 Alcances de la investigación	8
1.4 Justificación	11
1.5 Problemática	13
1.5.1 Problemática Principal	13
1.5.2 Problemáticas secundarias	13
1.6 Objetivos de la investigación	14
1.6.1 Objetivo general	14
1.6.2 Objetivos específicos	14
1.7 Antecedentes	15
1.8 Marco teórico conceptual	18
 2 Aspectos metodológicos	 39
2.1 Unidad de análisis y variables	39
2.2 Fuentes primarias y secundarias	40
2.3 Metodología de diseño de la elaboración de instrumentos. Técnicas de abordaje de la información.	42
2.4 Modelos de instrumentos de recolección de datos	44

PARTE II CARACTERIZACIÓN DE VICTORIA Y SU ENTORNO

3 Marco referencial	49
3.1 Marco referencial provincial. Características.	49
3.2 Breve reseña histórica de la Ciudad de Victoria	63
 4 Relevamiento y análisis del sistema turístico	 68
4.1 Relevamiento de atractivos.	68

4.1.1	Inventario de atractivos	68
4.1.2	Análisis de atractivos	84
4.2	Análisis de entrevistas	88
4.3	Relevamiento de la demanda	98
4.3.1	Análisis de encuentros a visitantes	98
4.3.2	Análisis de datos secundarios	107
4.4	Población local	108
4.4.1	Análisis de encuestas	109
4.5	Relevamiento y análisis: equipamiento, instalaciones y actividades	115
4.5.1	Alojamiento	115
4.5.2	Alimentación	126
4.5.3	Esparcimiento y otros	127
4.5.4	Instalaciones	129
4.5.5	Actividades	132
4.6	Relevamiento y análisis de infraestructura	137
4.6.1	Transporte terrestre	137
4.6.2	Sanidad	141
4.7	Descripción y análisis Superestructura	142
4.7.1	Superestructura conceptual	142
4.7.2	Superestructura organizacional	144

PARTE III CONCLUSION DEL DIAGNOSTICO Y PROPUESTAS

5	<i>Análisis FODA del sistema turístico de Victoria</i>	148
6	<i>Conclusión del diagnóstico</i>	149
7	<i>Propuestas</i>	154

PARTE IV MATERIAL DE TRABAJO

8	<i>Bibliografía general</i>	157
9	<i>Anexos</i>	160

PARTE I
ASPECTOS INTRODUCTORIOS A LA INVESTIGACION



**“¿Podría decirme, por favor, qué camino debo tomar?”,
preguntó Alicia.**

**“Eso depende en gran medida de a donde quiera ir”,
contestó el gato de Cheshire**

Lewis Carroll (Alicia en el país de las maravillas)

1 Aspectos introductorios

1.1 Introducción

Este trabajo pretende dar una mirada profesional desde el área del turismo, de la situación actual del Municipio de Victoria, provincia de Entre Ríos de la República Argentina.

En los últimos 6 años a partir de la construcción del Puente Nuestra Señora del Rosario, que une a Victoria con la ciudad de Rosario, se han presentado cambios que merecen su estudio mediante la revisión de su historia y el análisis de su situación actual. Son de destacar los cambios en el ámbito económico, demográfico y turístico.

El advenimiento del puente ha generado grandes cambios en relación a la accesibilidad; ha posicionado a la ciudad de Victoria en un lugar geográfico estratégico cercano a corredores y puertas de entrada de importancia a nivel nacional. Se facilitó el acceso a una zona con riqueza en atractivos que lleva al análisis de situación actual para su puesta en valor y explotación turística.

Ver a la actividad turística como agente modificador relaciona de manera interdisciplinaria a la comunidad receptora, el visitante y los diferentes actores involucrados en el funcionamiento del sistema turístico.

Tras un primer relevamiento de los esfuerzos de la ciudad en materia de turismo, se pueden mencionar los estudios realizados por la Universidad Nacional de Entre Ríos, Facultad de Ingeniería sobre la potencialidad en la explotación del recurso termal de la región. Las propiedades curativas o paliativas de estas aguas pueden resultar ventajosas para el Municipio para posicionarse como un centro turístico avocado al termalismo. Lo confirmó esto, que luego de las excavaciones exploratorias, se generaran los esfuerzos necesarios para la iniciación de la construcción de un parque termal para la explotación del recurso.

A partir del diagnóstico, se intentará aportar una introducción y contribución a la mejora planificada de la ciudad que acompañe un desarrollo turístico sustentable.

Éste, planteará diferentes ejes temáticos, los cuales se describen a continuación:

Los aspectos físicos de la ciudad, como su geografía, su hidrografía, su riqueza acuífera y geotermal, a los fines de determinar cuáles son los atractivos que pueden ser aprovechados e incorporados en un plan de impulso turístico a futuro.

Siguiendo el lineamiento del primer eje, se analizarán los recursos turísticos con los que cuenta la ciudad, como también se hará el relevamiento de aquellos con una potencialidad tal que pudiesen ser puestos en valor para su explotación.

Otra línea de esta investigación intenta relevar la regulación legislativa vigente que afecta a la ciudad desde el punto de vista turístico, como así también las organizaciones tanto públicas como privadas que forman parte de la superestructura del sistema que se analiza.

Se analizará la postura en la que se encuentra el poblador de la ciudad. Se desea indagar acerca de su interés por el desarrollo turístico; ver si esto para ellos, es un hecho de relevancia y si la actividad les representa una fuente de trabajo de atractiva y accesible. Este lineamiento de la investigación se refiere a uno de los pilares involucrados en lo que entendemos como turismo sustentable o sostenible y es que la población local encuentre un beneficio económico-social en la actividad turística.

El presente trabajo se organiza en cuatro partes.

- ❖ La primera parte se divide en dos apartados. En el primero de ellos se desarrollan los aspectos introductorios y antecedentes del tema de estudio, la justificación y alcance del trabajo de investigación como así la problemática que convoca. En este apartado se enumeran los objetivos del trabajo de investigación como también se define el marco teórico que brinda los conceptos que se utilizarán en el transcurso del presente.

El segundo apartado de esta primer parte introductoria a la investigación se refiere a los aspectos metodológicos de la investigación determinando la unidad de análisis, las variables a analizar, el tipo de fuentes utilizadas, los modelos de recolección de datos utilizados, etc.

- ❖ La segunda parte en la que se organiza el presente trabajo se refiere a la caracterización del Municipio de Victoria y sus entornos. Esta parte está dividida en dos apartados: 3 y 4. En el apartado 3 se describirán de manera macro las variables socioeconómicas en la que se enmarca la actividad turística de Victoria y una breve reseña histórica de la ciudad. El apartado 4 se destina al relevamiento y análisis de componentes del sistema turístico.
- ❖ La tercer parte, a modo de conclusión y verificación del cumplimiento de los objetivos planteados se divide en tres apartados (5, 6, y 7). El apartado 5 se

ocupa de la elaboración de un análisis FODA. El apartado 6 será el producto de la elaboración del diagnóstico-conclusión. Y finalmente en el apartado 7 surgen las propuestas estratégicas de mejora para el sistema turístico de Victoria.

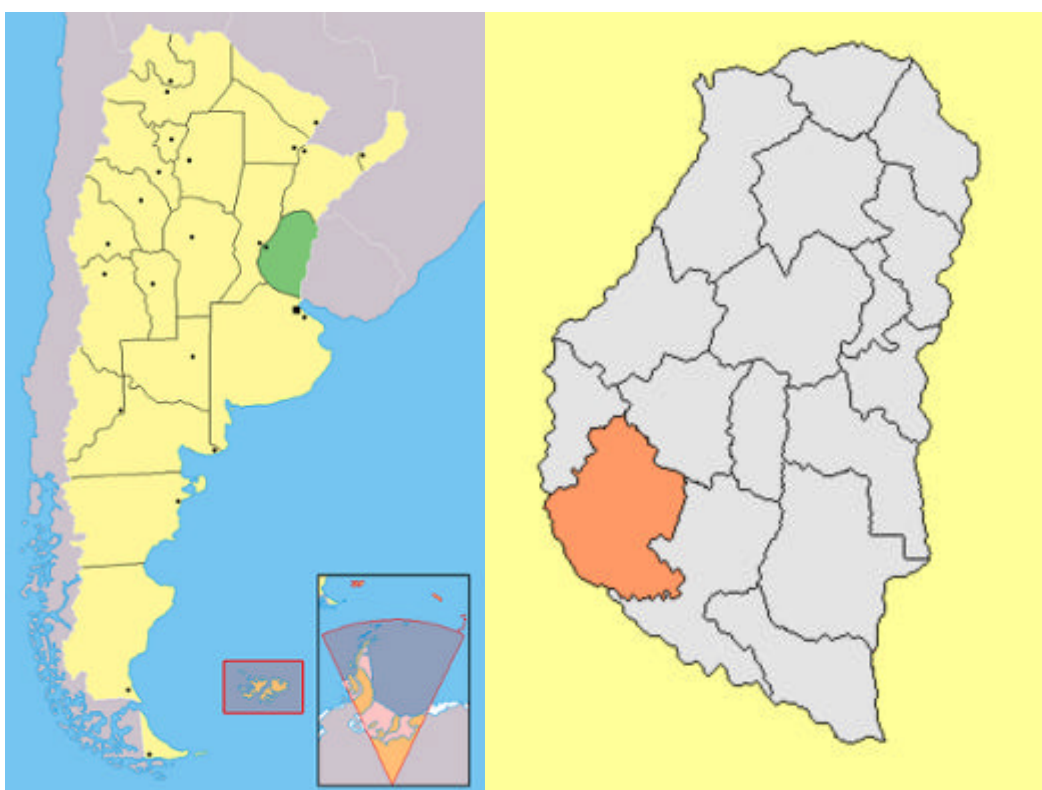
- ❖ La cuarta parte resulta la recopilación del material de trabajo en el transcurso de la investigación.

1.2 Tema de estudio

En el presente trabajo se intenta elaborar un diagnóstico de los elementos que componen el sistema turístico del Municipio de Victoria, perteneciente a la provincia de Entre Ríos.

1.3 Alcances de la investigación

Este trabajo se dedica exclusivamente al fenómeno turístico contextualizado en el Municipio de Victoria.



Provincia de Entre Ríos (izq). Departamento de Victoria (der)

El recorte temporal efectuado por esta investigación responde al estudio de la ciudad de Victoria entre los meses de febrero 2009 a febrero 2010. La presente se limita a

nivel geográfico por lo que la Ordenanza N° 2472¹ denomina: Suelo Urbano, Diferenciado, de Quintas, Litoral y Corredores Urbanos y Territoriales. Dicha ordenanza define las normas urbanísticas, condiciones de subdivisión, ocupación del suelo, edilicias y de usos del Municipio Victoria; mediante un conjunto de reglamentaciones generales y particulares. Contempla así también las normas que rigen la preservación del patrimonio arquitectónico.

Dadas las características del trabajo de investigación necesario para acceder al grado de licenciado requerido por la Universidad Abierta Interamericana, como culminación de la carrera de Licenciatura en Turismo y siguiendo los lineamientos adquiridos en la materia “La Investigación y sus métodos” I y II de la carrera se siguen las siguientes pautas en cuanto al diseño de la misma.

Al no existir un criterio único que plantee una manera estática de clasificar los tipos de investigación, se toma a Sabino², para explicar los parámetros utilizados al momento de la selección del diseño del presente trabajo final.



Mapa de clasificación de suelo³

¹ Ver Relevamiento de Superestructura conceptual.

² Sabino C. Como se hace una tesis. 1a Ed. Caracas: 1994.

³ Gráfico extraído de Ordenanza N° 2472. Ver Anexo.

Según el tipo de conocimiento que se pretende alcanzar, la misma tiene un diseño de tipo *exploratorio - descriptivo*, ya que se pretende dar una visión general del objeto de estudio, en este caso el Municipio de Victoria. Del cual a pesar de haberse relevado dos trabajos de investigación relacionados con él, ninguno de ellos se refería al sistema turístico.

El diseño exploratorio familiariza al investigador con el tema y los conceptos del área estudiada, lo que permite a su vez descubrir nuevas perspectivas que puede arrojar luz y llevar a generar nuevas ideas. Este objeto es un tema aún vagamente estudiado, y se cree que este estudio podría fundar bases para formular una hipótesis en futuros trabajos de investigación, razón por la cual este mismo cuenta con ideas directrices o problemáticas que guían la investigación, pero carece de refutación o corroboración de una hipótesis.

Este trabajo brinda conocimiento de tipo descriptivo de la estructura del sistema turístico de la ciudad de Victoria a través de criterios sistemáticos. Con este fin se utilizan fichas de observación sistematizada, encuestas, entrevistas, etc., que permiten describir el fenómeno.

Tal como la investigación de tipo exploratoria no se ocupa de formular una hipótesis, la descriptiva tampoco, sino que sólo se limita a la mera descripción del objeto de estudio a partir de un modelo teórico, en este caso detallado en nuestro marco teórico conceptual; considerando que se analiza el sistema turístico de Victoria, no se puede omitir la teoría de los sistemas, por ejemplo.

Este modelo intenta generar base de conocimiento, mediante la sistemática descripción, para futuros investigadores, colegas avocados a la investigación.

Ander Egg brinda una definición que se ajusta muy bien al presente trabajo y señala que las investigaciones descriptivas, al igual que los trabajos exploratorios son utilizados por “quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior”⁴.

El alcance de esta investigación será pautado por lo objetivos planteados en la presente, aunque no se descarta su utilidad más allá de los límites impuestos por el presente investigador.

⁴ Ander Egg. Introducción a las técnicas de investigación social. Humanitas, Buenos Aires (1978)

Mediante este trabajo no se pretende revolucionar el campo de conocimiento en turismo, aunque sí despertar el interés de colegas para la generación de mayor conocimiento científico en la materia y que el producto de este sirva de material de consulta para otras investigaciones.

Como se describe en los párrafos anteriores, esta investigación no se propone la aplicación inmediata, por lo que se la considera en sí misma, como de tipo pura pero no se descarta la posible aplicación de la misma por autoridades locales de la Municipalidad de Victoria, para la generación de planes o proyectos que pudiesen aportar a la mejora del Municipio y sus habitantes.

1.4 Justificación

El Municipio de Victoria es elegido como objeto de estudio de esta investigación por entender que tiene potencialidad en materia de turismo. Y a pesar de ello, no se ha realizado aún un relevamiento de su estado actual en relación a la actividad turística exclusivamente. Aunque existe una noción primera de su “materia prima”, o atractivos. En razón de esto, aún no se ha elaborado un plan de desarrollo turístico para la ciudad.

La Municipalidad de Victoria entiende la importancia de la explotación turística como actividad económica y ya varios grupos inversores privados han puesto su mirada en esta localidad.

Dados los cambios sucedidos en la última década se considera de importancia la elaboración de este trabajo. Victoria se encuentra en un emplazamiento privilegiado sobre el delta del Río Paraná y cercana a grandes mercados. Esto la coloca en una situación preferencial con respecto a otras ciudades pertenecientes al Delta inferior del Paraná.

A su vez, el reciente descubrimiento de la viabilidad del uso de aguas termales, la integra a la oferta provincial del producto termal.

Victoria posee atractivos suficientes para satisfacer la demanda de nuevos mercados surgidos a partir de la inauguración del Puente Nuestra Señora del Rosario. Este enlace vial vincula a las regiones Centro y Noreste Argentino.

Esta investigación sugiere la posible utilización de la misma para la mejora de la ciudad en materia de planificación mediante la utilización de herramientas

incorporadas desde las materias dictadas en la carrera de formación del futuro profesional en turismo.

En la actualidad se le da gran importancia al desarrollo, al crecimiento planificado, a la sustentabilidad. Cuando se habla de desarrollo, de planificación, de sustentabilidad, se quiere decir investigar, generar nuevo conocimiento para luego poder actuar con acciones que marquen una diferencia en el área de estudio.

Preveer, planificar, favorece que el impacto del turismo sea lo más positivo posible.

El propósito de esta investigación es entender el funcionamiento del sistema turístico de Victoria. Esto nuevo conocimiento permitirá la eficiente promoción e inversión a nivel público y privado. Los fines últimos son la mejora de la calidad de vida de la población residente y del medio ambiente.

Otro propósito es la posible transferencia de la misma como aporte a la futura elaboración de un plan de desarrollo que pueda direccionar la actividad turística y fijar pautas de crecimiento sostenido y sustentable, como así también para otros estudios.

1.5 Problemática.

1.5.1 Problemática principal

¿Cuál es la situación actual del sistema turístico del Municipio de Victoria?

1.5.2 Problemáticas secundarias

- ¿Cuáles son las características de los atractivos turísticos?
- ¿Qué elementos forman parte del equipamiento? ¿Cuáles son sus características?
- ¿Cuáles son las actividades turísticas-recreativas que ofrece el destino y las instalaciones de soporte para la realización de las mismas?
- ¿En qué estado se encuentra la infraestructura?
- ¿Cuáles son los rasgos que caracterizan la demanda actual?
- ¿Qué interés posee la población local en el desarrollo de la actividad turística?
- ¿Cuál es la composición y función de la superestructura?
- ¿Por qué elementos internos o externos se ve afectado el sistema turístico de Victoria?
- ¿Qué propuestas de mejora surgen a partir de la elaboración del diagnóstico del Municipio para un eficiente funcionamiento de su sistema turístico?

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo General

- Conocer el actual funcionamiento del sistema turístico del Municipio de Victoria Entre Ríos, en base a su descripción y análisis para generar propuestas estratégicas de mejora.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Analizar los atractivos turísticos mediante su caracterización y jerarquización
- Analizar la estructura del equipamiento
- Analizar los atributos de las actividades turísticas recreativas y las instalaciones que soportan su realización
- Analizar la infraestructura parte del sistema turístico del Municipio de Victoria
- Conocer las características de la demanda turística que accede a Victoria actualmente
- Conocer el interés de la población residente por el desarrollo de la actividad turística en el Municipio
- Comprender el funcionamiento de la superestructura que regula la actividad turística en el Municipio de Victoria
- Analizar el funcionamiento del sistema turístico de Victoria mediante la identificación de potencialidades, amenazas, fortalezas y debilidades del sistema
- Formular propuestas de mejora para el funcionamiento eficiente del sistema turístico de Victoria.

1.7 Antecedentes

En el marco de elaboración del presente trabajo se rastrearon a nivel municipal dos trabajos de peso donde se realiza un análisis del Municipio de Victoria donde se aborda la temática turística. Éstos son tomados como los dos principales antecedentes de esta investigación. Se describen a continuación:

- ❖ Tema: Industria Turística Victoriense. Análisis económico (Periodo 1998-2007)

Este trabajo de investigación fue presentado el año 2008 por el Licenciado Martín Lima en la ciudad de Rosario para acceder al grado de licenciado en Economía para la Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.

La elección del tema se presentó a partir de:

- El turismo es un sector básico-exportador de servicios; como consecuencia participa de la base económica local.
- El fenómeno de desarrollo local es muy aplicable al turismo.
- Perspectivas favorables para el turismo en todos los niveles: internacional, nacional, local.
- Situación particular del Departamento Victoria a partir de la apertura del enlace vial Rosario-Victoria.
- Inexistencia de información elaborada y sistemática al respecto.

En él se utilizaron fuentes primarias y secundarias, las cuales fueron abordadas cualitativa y cuantitativamente. Se utilizaron entrevistas y encuestas a prestadores de servicios, dueños y empleados y a visitantes. Como así también la consulta de documentación pública y privada (informes, estadísticas). También se utilizó la observación del fenómeno objeto de estudio.

De la conclusión final se desprende la elaboración de dos escenarios posibles (pesimista y optimista). El profesional define que la delimitación dependerá del aprovechamiento sustentable de las capacidades endógenas; el rol del sector público y privado para el agrupamiento eficiente y generación de productos turísticos bajo los criterios de competitividad. La última consideración depende de agentes externos propios del entorno que pasan a depender del compromiso de los responsables y de la buena fortuna.

❖ Tema: Perfil socioeconómico de la ciudad de Victoria

Durante la gestión 2003 bajo la intendencia del Sr. César Nelson Garcilazo y en coordinación con las diferentes oficinas y dependencias se elaboró el documento al que se hace referencia, emanado por la Municipalidad de Victoria, Entre Ríos.

El trabajo cuenta con cuatro secciones:

- Relevamiento y análisis de la realidad de la ciudad de Victoria desde los aspectos físico-territoriales y socio-económicos.
- Diagnóstico de la situación de la ciudad en cuanto a su desarrollo social y transformación física mediante la elaboración de un análisis FODA.
- Determinación de una visión estratégica, de la cual surgen líneas estratégicas que constituirán el Plan Estratégico.
- Búsqueda de lineamientos a seguir con sus objetivos generales y particulares para el futuro desarrollo de programas con sus posibles proyectos.

A partir del análisis FODA, surgieron dos líneas estratégicas.

De estas dos, la de mayor relevancia para este trabajo fue la línea estratégica que se forja para el desarrollo turístico de la ciudad.

“Acción para el desarrollo del turismo”

Esta línea estratégica surge a partir de que el Municipio cuenta con un importante patrimonio natural, histórico y arquitectónico, lo cual resulta provechoso para promocionarse como un centro de atracción turístico y recreativo.

Los objetivos planteados para esta estrategia son los siguientes:

- Posicionar a la ciudad en su dimensión de participante del eje de vinculación del MERCOSUR.
- Difundir una imagen positiva de la ciudad de cara a la región, definiendo una estrategia de atracción de inversiones mediante la concentración de los esfuerzos de promoción de los sectores más interesantes de la ciudad.
- Apoyar a los organismos que se ocupan de la promoción turística y desarrollar campañas de publicidad de la ciudad.
- Explotar los productos; NATURALEZA, CULTURA, SEGURIDAD Y SERVICIOS, como elementos de identificación de la ciudad.

La conclusión diagnóstica final de este trabajo dice que Victoria se enfrenta a una necesaria transformación general. El potencial de desarrollo de la ciudad está relacionado con la creación e incorporación de factores productivos que logren proyectar un favorable crecimiento local. Se detecta la necesidad de incorporar herramientas de gestión que prioricen la integración de nuevos proyectos en un marco de ampliación y desarrollo sustentable.

1.8 Marco teórico conceptual

En el marco de la elaboración de este trabajo final es razonable y necesario definir los términos que se utilizarán en el transcurrir del mismo. El objeto de este apartado es conceptualizar, lo que implica un esfuerzo orientado a comprender y evaluar el sentido del objeto de estudio. Se intenta contextualizar la realidad del objeto a través del empleo de diversos discursos o pensamientos científicos.

De turismo, turistas y excursionistas

Resulta ineludible como primer paso, definir el concepto más general en el que se enmarca este estudio.

El turismo, área desde donde se enfoca la mirada de este análisis es un concepto amplio y difícil. Es importante comprender que esta es una actividad socioeconómica joven y de carácter multidisciplinario para poder comprender el término.

Un área del Instituto de Turismo de Gran Bretaña informó lo que entendió como turismo en el año 1976 definiéndolo como “el desplazamiento temporal, a corto plazo, de las personas hacia destinos fuera de sus lugares de residencia y trabajo, así como las actividades durante su permanencia en dichos destinos; éstas incluyen desplazamiento para todo tipo de fines; así como también visitas o excursiones de un día”⁵

Este concepto contempla el desplazamiento temporal a corto plazo, pero no determina que considere como corto plazo.

En 1981, durante la Conferencia Internacional sobre Turismo del Tiempo Libre-Recreación, se plantea definir al turismo “en términos de actividades particulares, determinadas por medio de la elección y realizadas fuera del ambiente del hogar. El turismo puede abarcar el pernoctar fuera de casa”⁶

Este concepto también entiende dentro del fenómeno turístico a las actividades realizadas fuera del ambiente del hogar y considera el pernocte, aunque no lo marca como obligatorio para que se concrete el fenómeno.

Una definición más acabada y actual, la cual es adoptada para la conceptualización de turismo en este trabajo, es la elaborada por la OMT (1994). Define que “*el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias*

⁵ Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

⁶ Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”⁷.

Se elige esta acepción por considerar las actividades, durante el viaje y estancia, no solo las realizadas en el lugar de destino. Considera a su vez que este hecho transcurre fuera del entorno de residencia habitual, y como elemento innovador con respecto a los autores anteriormente consultados, introduce la motivación de viaje por parte de las personas, protagonistas.

Para comprender el turismo, debemos mencionar al visitante, protagonista y elemento irremplazable. La OMT acordó utilizar el término visitante para describir a “cualquier persona que visita un país diferente de su lugar usual de residencia, por cualquier razón distinta de las que resultan de una ocupación remunerada proveniente del país visitado”⁸. Este término debe ser ampliado para que este pueda abarcar al turismo doméstico, interno de cada país. Por lo que se entenderá como *visitante a toda persona que se desplace a un lugar diferente de su lugar de residencia habitual con fines turísticos, sin que intercambie fuerza de trabajo en el lugar que visita.*

Esta acepción nos obliga a diferenciar dos tipos de visitantes, los turistas y excursionistas. Los turistas son quienes se clasificaron como visitante temporales que permanecen por lo menos 24 horas, cuyo propósito se podría catalogar como de tiempo libre (ya sea para recreación, salud, deporte, vacación, estudio o religión, negocios, familia, encargo o reunión. Los excursionistas se clasificaron como visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas (incluyendo viajeros de crucero y excluyendo a los viajeros de tránsito)”⁹. Ampliando esta concepción de excursionista, en se propone comprender al *excursionista como el individuo que se moviliza temporalmente desde su lugar de residencia habitual o desde otro centro de estadía a un sitio de interés turístico por un periodo que no exceda las 24hs, excluyendo el pernocte en el lugar visitado.*

Los visitantes, turistas y/o excursionistas, consumen bienes o servicios turísticos de la economía pasando a ser parte ellos de la demanda propia del turismo. Se

⁷ OMT. Introducción al turismo.

⁸ Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

⁹ Holloway, J Christopher. El Negocio del Turismo. 4ª Edición. Londres: Addison Wesley Longman Limited.

consideran bienes y servicios turísticos a aquellos que estén vinculados directamente con la estadía, el desplazamiento, la organización, facilitación administración del viaje, como así también otros auxiliares. La mayoría de las transacciones comerciales que surgen de la actividad, representan una exportación a nivel local, regional o nacional; dado que es el consumidor el que se traslada hacia el área donde se encuentra el producto y no a la inversa.

Del espacio turístico: Centros turísticos y su tipología . Corredores turísticos

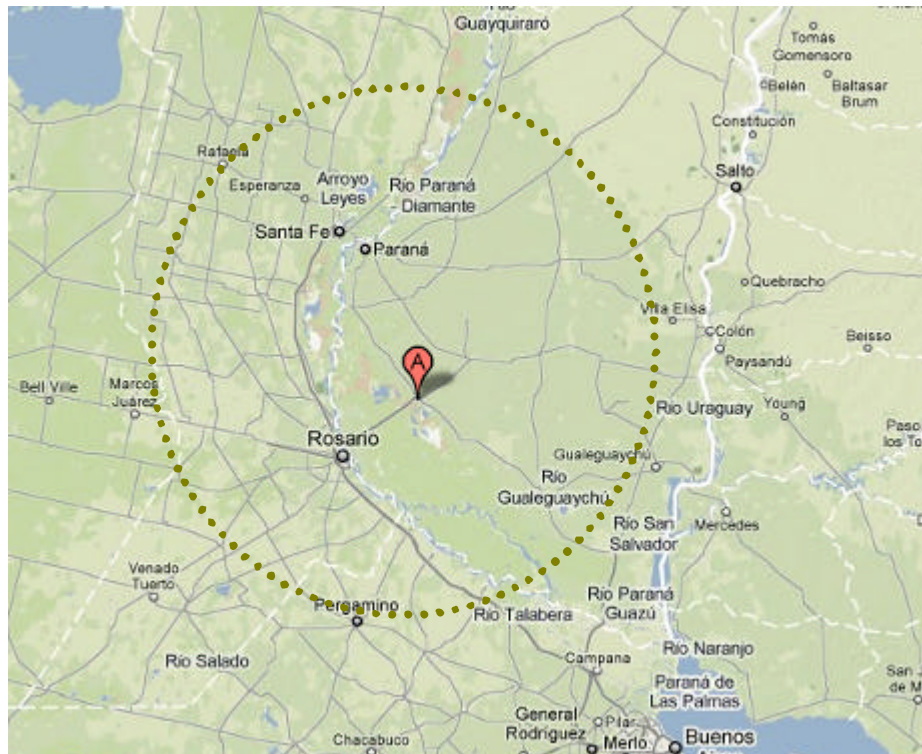
Roberto Boullón y Fabio Cárdenas Tabares coinciden en la siguiente definición de centro turístico, la cual adoptamos para la elaboración del presente trabajo. Para la tipología de centros turísticos, tomaremos la propuesta por Fabio Cárdenas Tabares en Proyectos turísticos, localización e inversión.

“Un centro turístico es todo conglomerado urbano que cuenta, en su propio territorio o dentro de su radio de influencia, con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico. A fin de permitir un viaje de ida y regreso en el mismo día, su radio de influencia se ha calculado en dos horas de distancia-tiempo”¹⁰

Asimismo, Boullón conceptúa la tipología de centros turísticos de la siguiente manera:

- Centro turístico de distribución: implica que desde el conglomerado urbano que les sirve de base, los visitantes se movilizan hacia los atractivos incluidos en su radio de influencia y regresan a dormir a dichos centros. Implica que la totalidad del equipamiento de alojamiento debe ubicarse en la ciudad, pero parte del de alimentación, comercios turísticos, servicios de guías e instalaciones específicas deben estar ubicados en los atractivos turísticos. (1-3 días de permanencia)

¹⁰ Cárdenas Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos, localización e inversión. 1ª Edición. México DF. Trillas.



A: Ciudad de Victoria (centro turístico). Radio de influencia

- Centro turístico de estadía: suele darse en lugares de explotación de un único atractivo. Los turistas regresan todos los días al mismo atractivo. Este tipo de centros requieren de un equipo de esparcimiento mucho más diversificado, para ofrecer alternativas distintas durante todo el tiempo de la permanencia.
- Centro turístico de escala: se dan en coincidencia con los nudos de las redes de transporte y con las etapas intermedias de los recorridos de larga distancia entre una plaza de mercado emisor y otra de mercado receptor. Es un centro de abastecimiento, y usualmente el turista no pernocta. La mayor parte de estos centros carecen de atractivos.
- Centro turístico de excursión: reciben turistas procedentes de otros centros por menos de 24 horas, lo que en el presente trabajo, llamamos excursionista.

Para la acepción de corredor turístico, tomaremos la utilizada por Fabio Cárdenas Tabares, la cual se asemeja al concepto expuesto por Roberto Boullón en Planificación del espacio turístico, pero expuesta de forma más acotada.

“Los corredores turísticos son las vías de conexión entre las zonas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada de turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno; que funcionan como elemento

estructurador del espacio turístico. Según su función pueden ser de traslado y de estadía“

- De traslado: “constituyen la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir sus itinerarios [...]. Cuando es factible se deben seleccionar las rutas que pasan por los mejores paisajes y que cuenten con mayor distribución lineal de atractivos a lo largo de su recorrido [...] Extienden su acción más allá de su propia superficie”¹¹
- De estadía: “viene a ser la combinación de un centro con un corredor turístico. Son superficies alargadas [...] que tienen un ancho que no supera en sus partes más extensas los 5 Km. [...] Se distingue por la disposición de sus atractivos, el asentamiento de la planta turística y su función [...] Por lo general, son prolongaciones de localizaciones mayores que actúan como centros turísticos.”¹²

De la planificación: diagnóstico, diagnosis

Uno de los pasos que hicieron una diferencia en la evolución del ser humano fue la creación de instrumentos de trabajo, lo que colaboró a obtener logros en materia de desarrollo. Este dominio de los instrumentos no podría haberse alcanzado sin que éste poseyese uno de los recursos metodológicos más importantes: la planificación. Se propone la planificación como agente interventor en el desarrollo de toda actividad socioeconómica del hombre como el turismo, la que convoca en el presente trabajo.

Se toman elementos de la planificación en este estudio, entendiendo que ésta es una técnica indispensable para la modificación de la realidad. Ya que en muchas ocasiones un fenómeno socioeconómico, como lo es el turismo, puede no conducirse naturalmente hacia los fines esperados, sino que es necesario dirigirlo hacia lo esperado. Es allí donde es indispensable la planificación. Surge esta técnica para acompañar el rápido crecimiento de las economías y minimizar los efectos negativos sobre la sociedad, aprovechando eficientemente todos los recursos productivos disponibles.

¹¹ Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. ED. Trillas. México 1990

¹² Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. ED. Trillas. México 1990

A través de la planificación se pueden establecer las bases para construir un modelo de desarrollo armónico y correlacionado entre los diferentes actores, donde las medidas sean de fácil aplicación.

Normalmente, los planes generales en las economías de mercado, presentan un carácter mixto donde para el sector privado es sólo indicativo y para el público obligatorio. Este representa un conflicto y desventaja para el alcance de los objetivos planteados por los planes y puede llevar el fracaso de los mismos. Es este otro elemento esencial de la planificación. Se deben crear mecanismos de concientización para el sector privado que estimulen su participación. Esto se puede lograr mediante la discusión abierta y participativa de los diferentes sectores o actores involucrados en la actividad.

Hernández Díaz amplía los conceptos de planificación, dándole un enfoque desde lo económico. Afirmar que se debe “organizar, orientar, dirigir, ajustar el desenvolvimiento de una actividad tan peculiar y cambiante como lo es el turismo”¹³. Este autor, al igual que Molina, también se refiere a orientar la acción para la modificación de una realidad; aunque omite en su definición el proceso lógico reflexivo de la realidad circundante.

Se consideraron también las palabras de García Villa, quien afirma que el sistema de planeación, debe contar con tres subsistemas para su eficiente funcionamiento:

- Investigación, que se dedica a la construir la base de conocimiento generando diagnósticos y pronósticos de la actividad. Estos dos productos del primer subsistema son los que nutren al segundo.
- Formulación de planes, programas y presupuestos.
- Evaluación, que debe identificar los programas y proyectos para alcanzar la imagen deseada.

Luego de la consulta de varios autores que abordan la temática, tomamos el concepto que delinea Sergio Molina quien dice que *“la planificación es el resultado de un proceso lógico de pensamiento mediante el cual el ser humano analiza la realidad circundante y establece los medios que permitirán transformarla de acuerdo con sus intereses y aspiraciones. Resulta así, que la manera correcta de planificar*

¹³ Hernández Díaz, Edgar Alfonso, Planificación Turística. Un enfoque metodológico. Trillas. México. 1992.

*consiste en analizar objetivamente una realidad y condicionar las acciones al problema.*¹⁴

Adolfo García Villa en su trabajo Planificación y evaluación del turismo define al diagnóstico como el “análisis de la situación actual, la situación histórica y los principales obstáculos para el desarrollo y señala las perspectivas de progreso atendiendo a los recursos y potencialidad del espacio geográfico, a nivel subregional y regional y las condiciones estructurales existentes”¹⁵.

Si bien se considera de importancia lo propuesto por el autor, el abordaje de la situación histórica y las perspectivas de progreso y potencialidad exceden a la descripción del objeto de estudio abordado por esta investigación.

En la presente investigación se entenderá como diagnóstico al concepto forjado por Sergio Molina, quien afirma que un *“diagnóstico es la primera etapa del proceso de planificación en la que se analiza la situación actual del objeto u objetos que se pretenden modificar con el fin de comprender su estructura, composición y comportamiento en el sentido actual, así como la función que cumple en el marco general donde se desenvuelve”*¹⁶

Se toma este concepto ya que de manera descriptiva se intenta comprender la estructura y composición del sistema turístico de la ciudad de Victoria en su sentido actual, enmarcado dentro de su entorno sociocultural.

Domínguez Nakayama coincide con autores consultados cuando dicta que el diagnóstico constituye la primera etapa del proceso de planificación.

La autora considera que para el logro de la elaboración de un diagnóstico turístico es inevitable el relevamiento turístico, que presenta ciertas características particulares a nivel metodológico que lo diferencian del método científico tradicional. Como explica la autora, dada la complejidad del área de estudio, que implica componentes tangibles e intangibles, humanos, pasados, presentes, implica que tomemos herramientas de diferentes disciplinas según el componente que abordemos. Sin

¹⁴ Molina, Sergio. Rodríguez, Sergio. Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica. 2ª Edición. México: Trillas. 1991

¹⁵ García Villa, Adolfo, Planificación y evaluación del turismo. Limusa. México DF. 1991.

¹⁶ Molina, Sergio. Rodríguez, Sergio. Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica. 2ª Edición. México: Trillas. 1991

perder el foco del análisis holístico desde una perspectiva turística, lo cual impone su tinte especial a este tipo de trabajos.

Define que el “diagnóstico se construye a través del relevamiento turístico”¹⁷ siendo este último una herramienta insustituible para su elaboración.

A continuación se exponen bs distintos pasos propuestos por la autora para su la elaboración:

1. Identificación de las diferentes áreas de investigación y determinación del método a aplicar en cada una de ellas. El relevamiento turístico adopta, por su particular necesidad de cubrir todas las áreas de la realidad, los procedimientos investigativos que corresponden a cada una, pero teniendo siempre presente la idea de unidad e interdependencia que las une indisolublemente.
2. Recolección de información de base y construcción de datos explicando los criterios adoptados y los marcos conceptuales utilizados para su valoración.
3. Discusión de la información con los actores sociales para conocer las distinciones hechas por la comunidad entre lo que es relevante y lo que no es. Como asimismo la explicación que ella aporta sobre la causa de los problemas.
4. Interrelación e integración de diagnósticos parciales puntualizando aspectos favorables y desfavorables.
5. Formulación de recomendaciones sobre posibles modos de intervención en la realidad. Este paso se inscribe todavía dentro del relevamiento porque implica deslindar potencialidades y problemas y realizar, tentativamente la primera selección entre los caminos a seguir.

A partir de la elaboración de dicho diagnóstico, se realizarán propuestas como sugiere la autora anteriormente citada a modo de ampliación de los objetivos de esta investigación.

De ninguna manera se puede inferir que un diagnóstico permita, a partir del análisis del pasado y presente, la visualización de una imagen futura real, pues sólo será factible que plantee un escenario futuro esperado fruto de las variables analizadas.

¹⁷ Domínguez de Nakayama, Lía, Relevamiento turístico, propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial, Tercera edición.

De la teoría general de los sistemas (TGS) al sistema turístico

La teoría general de los sistemas aporta al proceso de construcción del conocimiento turístico su pensamiento holístico, globalizador, que trasciende el abordaje analítico de los fenómenos. Esta teoría favorece la comprensión y evaluación de lo turístico en un contexto de relaciones e interacciones sociales.

Para comprender el complejo de relaciones de la actividad turística se toma el modelo de sistema turístico, que permite desagregar las partes del objeto para su mejor comprensión y posterior análisis.

El enfoque holístico persigue abarcar los hechos y fenómenos. De este enfoque se desprende la doctrina expansionista, una forma de razonamiento que intenta ampliar los horizontes de un problema u objeto en estudio, tanto de evaluarlos dentro de un marco de referencia.

Comprender a la actividad como un sistema, hace referencia a la movilidad del mismo, en un primer acercamiento a la definición del término, un sistema es “un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente”¹⁸, Von Bertalanffy, quien acuña esta teoría entiende que un sistema puede ser definido como un complejo de elementos interactuantes.

Los tres objetivos de la teoría general de los sistemas se relacionan con:

- Las totalidades. El estudio y evaluación de conjuntos de problemas, situaciones u objetos. El conocimiento de totalidades implica enfrentarse a conceptos como complejidad organizada, organización e interacciones dinámicas.
- La teleología de los sistemas. Toma en cuenta el comportamiento que sigue un sistema para alcanzar determinados objetivos y metas, por lo que se considera su adaptabilidad, eficiencia, crisis, errores, mecanismos reguladores de la conducta, la retroalimentación.
- Los isomorfismos. Las analogías y homologías de estructuras y de formas que presentan en los diversos campos de la ciencia.

Los cinco principios de la TGS según Manuel Rodríguez Woog son los siguientes:

1. Totalidad: el todo es más que la suma de las partes.
2. Cualidad emergente: un todo tiene atributos no reducibles a las partes que lo conforman.

¹⁸ Organización Mundial del Turismo. Capítulo 2. Turismo Concepto y definiciones. Año 2000.

3. Equifinalidad y multifinalidad: en el primer caso se refiere a que los sistemas evolucionan de estados iniciales distintos, a estados futuros iguales. El segundo indica que los sistemas evolucionan de estados iniciales iguales a estados futuros distintos.
4. Diferenciación: los sistemas para sobrevivir y desarrollarse requieren que sus estructuras y funciones se vuelvan más complejas y diferenciadas.
5. Retroalimentación: los sistemas evalúan su comportamiento y aprenden del entorno a través de un proceso de observación, esto es la retroalimentación. Esto es necesario para mantener estable de manera dinámica el sistema.

El turismo, evaluado desde la TGS es un sistema de tipo abierto. El mismo intercambia energía, materiales e información con su entorno por medio de canales de entrada y salida. Esto refleja la dinamicidad del sistema, el cual se encuentra en permanente cambio y adaptación, como forma de mantener un equilibrio continuo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), considera que los elementos que conforman el sistema turístico están dados por la demanda, es decir el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos; la oferta, compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística; el espacio geográfico que es el lugar físico donde se encuentran la oferta y la demanda y los operadores del mercado que son aquellas empresas y organismos cuya función es facilitar la interrelación entre oferta y demanda.

Elementos considerados como parte del sistema turístico según la OMT:

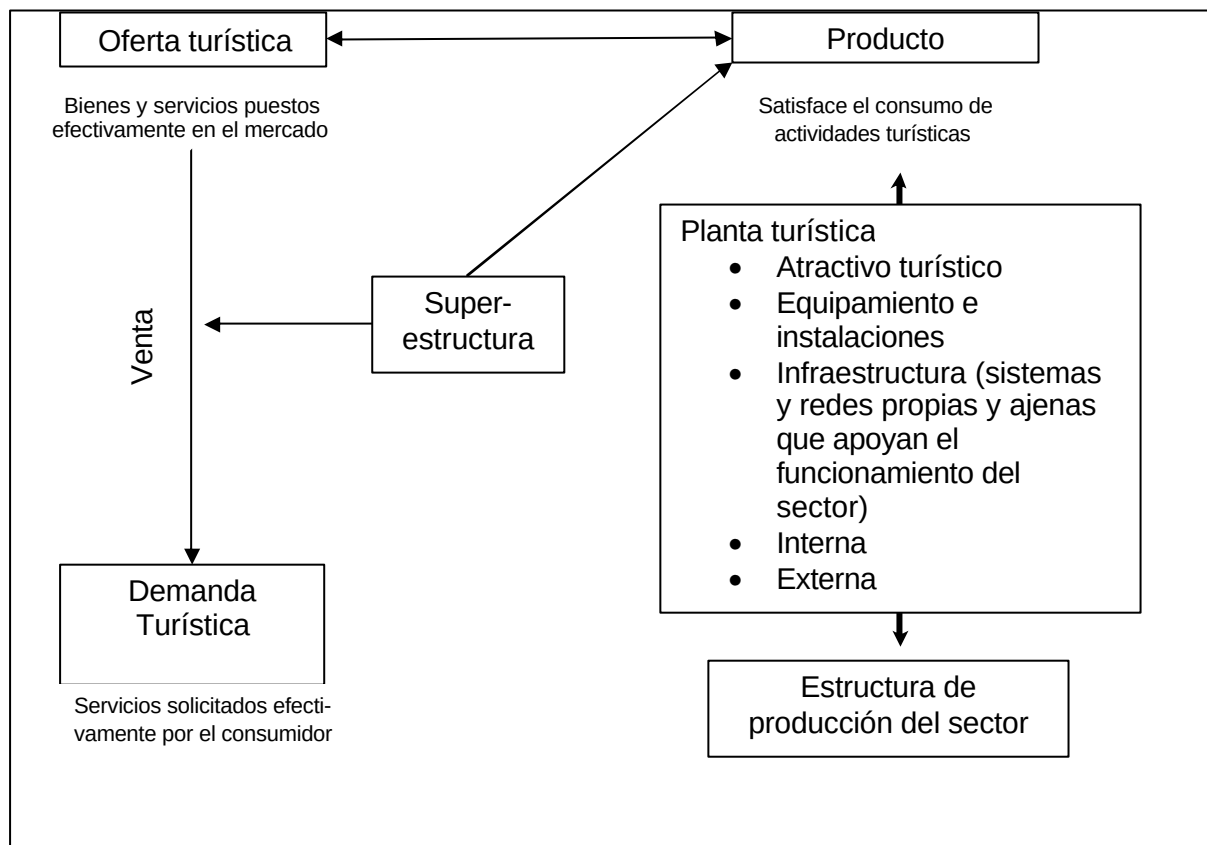
- Oferta
- Demanda
- Espacio geográfico
- Operadores del mercado

Esta forma de descripción del sistema turístico y sus componentes, nos acercan pero aún no completan la terminología que utiliza este trabajo de investigación para su objeto de estudio.

Roberto Boullón, en el capítulo que dedica al El Sistema Turístico, en su trabajo Planificación del espacio turístico, propone los siguientes elementos para lo que entiende como sistema turístico:

- Demanda turística.

- Planta turística, integrada por los atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones, Infraestructura (interna y externa).
- Superestructura, la cual comprende la normativa y el aparato burocrático que regula la actividad turística dentro del sistema.
- Producto, que satisface el consumo de actividades turísticas.
- Oferta turística, bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado.

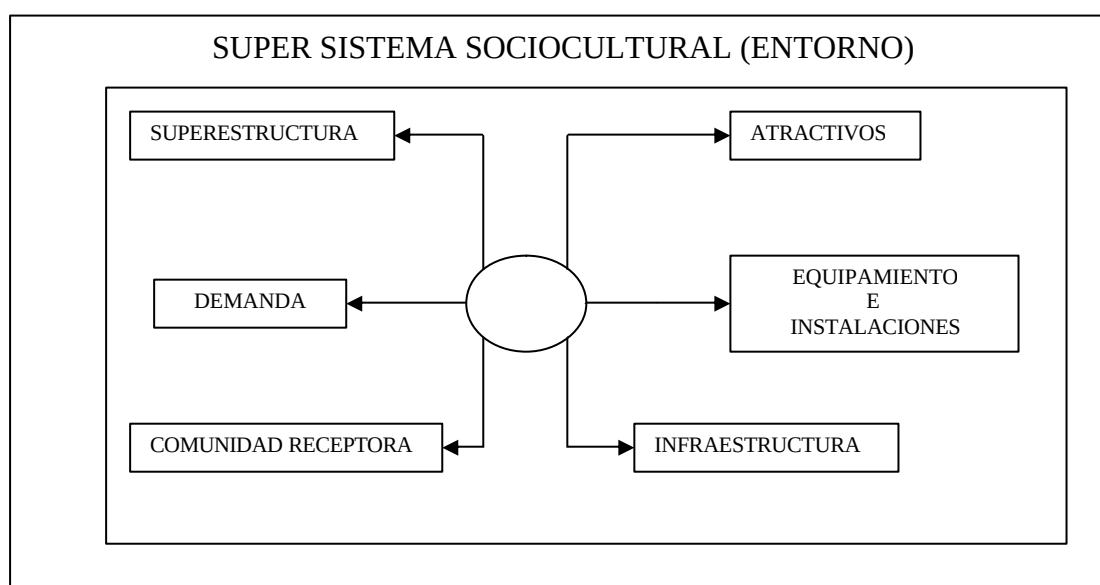


Esquema de Sistema Turístico¹⁹

Lo expuesto por el autor complementa lo propuesto por la OMT. Introduce a la superestructura como elemento nuevo y agente interviniente del sistema. Y considera a la Planta turística como el subsistema que tiene como resultado el producto turístico. A su vez, considerar el proceso de venta, en su modelo teórico, da muestra de la dinamicidad del sistema turístico. Y a su vez denota un tinte económico en la elaboración del concepto al introducir elementos como la oferta, la demanda, el proceso de venta, etc.

¹⁹ Boullón, Roberto C. Planificación del espacio turístico. ED. Trillas. México 1990

El concepto incorporado a este trabajo para la conceptualización de sistema turístico es el propuesto por Sergio Molina, quien considera elementos antes propuestos por Roberto Boullón, y agrega dos elementos de consideración para esta investigación: la población receptora y el supersistema sociocultural (entorno). El autor entiende al sistema turístico como *“un sistema abierto relacionado con su medio ambiente, con el que establece un conjunto de intercambios, es decir, importación de insumos que al ser procesados salen convertidos en productos [...] Cuenta con canales de entrada por donde ingresa la energía, los materiales y la información importada, que una vez procesada, sale por los canales de salida en forma de productos o de servicios que se ofrecen al medio ambiente o, en este caso, el supersistema socio-cultural”*²⁰



Esquema de Sistema Turístico²¹

Se entiende que el sistema oficia de agente modificador para el entorno social, en relación a la noción del uso de su tiempo libre turístico, sus gustos y preferencias a través de la exportación de información. Esto resulta un elemento fundamental para la subsistencia del sistema y para la elaboración de productos acordes a las necesidades y preferencias de los consumidores. Es por estas razones que se adopta ésta para la definición del objeto de estudio.

²⁰ Molina, Sergio (1996). Conceptualización del Turismo. Editorial Limusa.

²¹ Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo. Editorial Limusa. 1996.

Continuando con la conceptualización del sistema turístico, el cual está integrado por subsistemas que interactúan con el fin de alcanzar un objetivo en común. Molina lo desagrega de la siguiente manera:

- Superestructura: tiene como función la regulación del sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos partes:
 - Organizacionales: organismos del sector público, privado y organismos intergubernamentales.
 - Conceptuales: leyes, reglamentos, planes y programas
- Demanda: está constituida por los individuos y por sus necesidades físicas y espirituales. Está compuesta por los turistas residentes en el país y en el extranjero (esto a su vez puede desagregarse más). La demanda de necesidades físicas se refiere a la satisfacción fisiológica (comer, dormir, etc.) y las espirituales a la contemplación, el aprendizaje, autorrealización, etc.
- Atractivos: son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico (ver clasificación y jerarquización).
- Equipamiento e instalaciones: comprende al conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios y las instalaciones que los apoyan.
 - El equipamiento incluye a los establecimientos administrados por la actividad pública o privada de hospedaje, alimentos y bebidas, esparcimiento, y otros servicios. Pueden no estar directamente relacionadas con el turismo pero que sin ellas, resultaría muy difícil el desarrollo de la actividad turística, y aun más la vida cotidiana de los ciudadanos.
 - Las instalaciones son imprescindibles para la realización de actividades. Éstas son construcciones especialmente diseñadas para facilitar la práctica de actividades exclusivamente turísticas.
- Infraestructura: bienes y servicios que tiene un país para sostener sus estructuras sociales y colectivas. Ya no se refiere a lo netamente turístico sino que tiene que ver con el modo de vida del lugar, aunque influyen directamente al visitante. En este caso se contemplan las carreteras, los teléfonos, los hospitales, etc.

- Interna: redes telefónicas, de alcantarillado, de agua potable, vías de comunicación localizadas dentro de los límites de influencia de un destino turístico.
 - Externa: sistemas que contribuyen a enlazar un destino turístico con otro.
- Comunidad local o comunidad receptora: grupos de individuos que residen en forma permanente en los centros turísticos. Está integrada por dos segmentos, uno relacionado directamente con el turismo y otros relacionados indirectamente.

De la clasificación y jerarquización: atractivos, equipamiento, instalaciones e infraestructura.

Para la evaluación de calidad y jerarquización de los atractivos, se toman las palabras de Cárdenas Tabares, quien establece el interés turístico de los atractivos mediante bases objetivas y comparables, asignándoles una jerarquía correspondiente para cada caso. Las jerarquías fueron denominadas de mayor a menor de la jerarquía 5 (cinco) a la 0 (cero). Los criterios de evaluación son los que se describen a continuación:

- Jerarquía 5 de calidad óptima: atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.
- Jerarquía 4 de calidad excelente: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en un menor porcentaje que los de jerarquía 5 (cinco), ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- Jerarquía 3 de calidad buena: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a la zona por motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales o potenciales).
- Jerarquía 2 de calidad regular: Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo y que forman parte del patrimonio turístico.
- Jerarquía 1 de calidad pobre: Atractivos con méritos suficientes para considerarlos en jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del

patrimonio turístico como elementos que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

- Jerarquía 0, no jerarquizable: Atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

La ponderación utilizada para en el análisis de los atractivos turísticos es la siguiente:

Jerarquía 3	15ptos
Jerarquía 2	5ptos
Jerarquía 1	1pto

Para la variable estado de conservación de los elementos observados se han utilizado los siguientes parámetros:

Óptimo: Perfecto estado de conservación. Sin rastros de desgaste alguno.

Aceptable: Desgaste observable propio del uso cotidiano (pisos descoloridos, humedad) y del paso del tiempo. Aspectos estructurales intactos (molduras, techos).

Deficiente: Aspecto de abandono, malezas altas, estructuras rotas.

La ponderación utilizada del estado de conservación es la siguiente.

Óptimo	10ptos.
Aceptable	7ptos.
Deficiente	4ptos.

A partir de la necesidad de clasificar sistemáticamente los atractivos turísticos, se ha seleccionado la propuesta por Roberto Boullón. A continuación se expone la clasificación propuesta por el autor.

Categoría	Tipo
Sitios Naturales	Montañas
	Planicies

	Costas
	Lagos, lagunas y esteros
	Ríos y arroyos
	Caída de agua
	Grutas y cavernas
	Lugares de observación de flora y fauna
	Lugares de caza y pesca
	Caminos pintorescos
	Termas
	Parques Nacionales y reservas de flora y fauna
Museos y manifestaciones culturales históricas	Museos
	Obras de arte y técnica
	Lugares históricos
	Ruinas y sitios arqueológicos
Folklore	Manifestaciones religiosas y creencias populares
	Ferias y mercados
	Música y danzas
	Artesanías y artes populares
	Comidas y bebidas típicas
	Grupos étnicos
	Arquitectura popular y espontánea
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Explotaciones mineras
	Explotaciones agropecuarias
	Explotaciones industriales
	Obras de arte y técnica
	Centros científicos y técnicos
Acontecimientos programados	Artísticos
	Deportivos
	Ferias y exposiciones
	Concursos
	Fiestas religiosas y profanas
	Carnavales
	Otros

El ordenamiento que se da al equipamiento del sistema turístico es el propuesto por Roberto Boullón, el cual se detalla a continuación en el siguiente cuadro resumen:

Categoría	Tipo
Alojamiento	Hoteles
	Moteles
	Hosterías y Posadas
	Pensiones
	Apart hoteles
	Condominios (unidades o conjuntos)
	Casas (unidades o barrios)
	Albergues
	Trailers Parks
	Camping
	Camas en casas de familia
Alimentación	Restaurantes
	Comedores típicos
Esparcimiento	Nights clubs
	Discotecas
	Bares
	Casinos y otros juegos de azar
	Cines y teatros
	Otros espectáculos públicos
	Clubes deportivos
	Parques Temáticos
Otros servicios	Agencias de viajes
	Información
	Guías
	Comercio
	Cambios de moneda
	Dotación de congresos y convenciones
	Transportes turísticos
	Primeros auxilios
	Guarderías
	Estacionamientos

Para la evaluación del servicio de alimentación de los principales establecimientos gastronómicos de Victoria se tomaron los siguientes parámetros.

Regular: Mozos descuidados en la atención. Ambiente sin decoración.

Bueno: Mozos uniformados. Carta de tres pasos (puede incluir ingredientes típicos como frutos de río y mar). Calidez en la atención.

Muy Bueno: Mozos uniformados. Carta que incluya opciones gastronómicas típicas del corredor gastronómico del Paraná como pescados. Calidez en la atención. Atención en la decoración del establecimiento.

Excelente: Mozos uniformados. Atención bilingüe. Carta de diseño gourmet que incluya opciones gastronómicas típicas del corredor gastronómico del Paraná como pescados. Calidez en la atención. Atención en la decoración del establecimiento. Carta de vinos.

Las instalaciones son igualmente clasificadas por el autor para su ordenamiento al momento de relevarlos.

Categoría	Tipo
De agua y playa	Marinas
	Espigones
	Muelles
	Palapas, quinchos o ramadas
	Carpas o tiendas
	Sombrillas
	Reposeras
	Observación submarina
De montaña	Miradores
	Circuitos de senderos
	Refugios
	Funiculares
	Teleféricos
	Ski lift
	Poma lift
Generales	Piscinas

	Vestuarios
	Juegos infantiles
	Golf
	Tenis
	Otros deportes
	Pasarelas, puentes

La infraestructura, subsistema del sistema turístico se clasifican de la siguiente manera para su entendimiento, propuesta por Roberto Boullón en Planificación del espacio turístico.

Categoría	Tipo	Subtipo
Transporte	Terrestre	Red de carreteras
		Servicios del automotor
		Servicios para el turista
		Señalización
		Servicios de transporte
		Terminales de autobuses
		Red ferroviarias
		Terminales ferroviarias
		Red de calles
	Aéreo	Servicios aéreos
		Terminales
	Acuático	Fluvial y lacustre
		Servicios de transporte
		Terminales
Sanidad	Red de agua	
	Red de desagüe	Aguas negras
		Pluvial
	Recolección de basura	
	Salud	Primeros auxilios
		Hospitalización

Del Producto turístico:

Sergio Molina entiende al Producto turístico como el resultado de salida de la interacción de los diferentes subsistemas. El producto turístico se pone a disposición del público en general, el cual en caso de consumirlo, retroalimentará al sistema.

Roberto Boullón amplía la conceptualización del producto turístico, entendiendo éste por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta y el que facilita al consumidor las herramientas para satisfacer sus necesidades de pasear, visitar atractivos, realizar actividades deportivas y de recreación.

La oferta turística es ésta sólo al ser puesta efectivamente en el mercado y el consumidor potencial tiene noción de su existencia, dado que el producto turístico no es acumulable. De no darse esta condición el producto no cumpliría con haber estado disponible en el mercado por un tiempo determinado, lo cual es un requisito para que fuese considerado como tal.

La oferta turística está integrada por los servicios que ponen a disposición los elementos: atractivos, equipamiento e instalaciones y por otros bienes que consideramos como no turísticos.

El producto turístico, como nos dicta Roberto C Boullón en su trabajo "Marketing Turístico", se encuentra ligado a las siguientes características que le confieren cierta singularidad y diferencia con respecto a los productos de existencia física.

- Tangible, dado que la prestación de servicios está siempre ligado a algo material.
- Intangible hasta el momento de la prestación del servicio (oferta).
- De uso ocasional (prescindible).
- Ligado al espacio turístico donde se encuentran los atractivos, los centros y los corredores turísticos.

Del producto-servicio: Utilidad, necesidad, satisfacción, motivaciones:

Para el análisis de la demanda surge la necesidad de definir las características del producto-servicio con respecto a su utilidad y la relación que tiene con la satisfacción de necesidades de los consumidores y las motivaciones que los llevan a tomar los servicios.

Cada producto ofrece una utilidad básica y otra complementaria. La primera está ligada directamente a los atractivos y la segunda, que determina un valor agregado, son las actividades que puede realizar apoyadas en el atractivo.

El producto servicio responde a la necesidad del consumo del tiempo libre, y un sin fin de necesidades adquiridas o culturales que experimenta cada persona.

Cuando se hable de satisfacción, se referirá al grado de gusto o disgusto que experimente el comprador, luego de consumir el producto.

En este trabajo se hará referencia al momento de analizar la demanda de servicios turísticos, la motivación. Cuando se haga referencia a la motivación, se hará referencia a la causa reflexiva que lleva a un individuo a adquirir un bien o servicio.

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Luego de la realización del relevamiento de los diferentes componentes del sistema y su entorno, se elaboró un análisis de tipo FODA. Este tipo de análisis sirve para la evaluación de la situación de una organización, o en este caso del sistema turístico de Victoria. Se analiza el entorno y la propia naturaleza del sistema. Para eso se identifican las fuerzas o fortalezas, y debilidades por un lado, que responden a la realidad interna del sistema. Por separado se analizan las oportunidades y amenazas propias del entorno o ambiente donde se encuentra inmerso y en constante intercambio el sistema, por ser de tipo abierto.

Este es un método para la realización de análisis de situación. El presente es el tiempo central en el que se sitúan los análisis de situación.

Las anotaciones que se vuelquen en este tipo de análisis tienen que ser sintéticas y no repetitivas con respecto a la realizada durante el relevamiento de la planta turística.

Esto se resume en un cuadro que veremos más adelante en la presente investigación.

La mayor utilidad de este análisis son las opiniones y sugerencias que alimenta la elaboración de estrategias en caso que se plantease la elaboración de un plan en futuras investigaciones.

2 Aspectos Metodológicos

2.1 Unidad de análisis y variables

Teniendo en cuenta nuestra problemática a tratar, la unidad de análisis será:

- **U/A: El Sistema turístico del Municipio de Victoria, Entre Ríos en la actualidad.**

La unidad de análisis se traduce en las siguientes variables que condicen con los diferentes elementos del sistema:

- **V: Equipamiento e Instalaciones**

Dimensión:

- Clasificación
- Cantidad de plazas
- Estado de conservación

- **V: Atractivos**

Dimensión:

- Clasificación
- Estado de conservación
- Características que le confieren interés turístico
- Jerarquía

- **V: Actividades turísticas**

Dimensión:

- Lugar donde se realiza
- Época del año en que se realiza
- Tipo de equipo

- **V: Demanda turística**

Dimensión:

- Características (sexo, edad, nivel de estudios alcanzados)
- Lugar de procedencia
- Composición familiar de viaje
- Fuente de información del centro turístico
- Motivación
- Forma de transportación elegida

- Actividades realizadas
- Reincidencia
- Alojamiento preferido
- Forma de contratación de viaje

- **V: Infraestructura**

Dimensión:

- Estado de accesibilidad terrestre
- Complejidad sanitaria

- **V: Superestructura**

Dimensión:

- Conceptual

Subdimensión:

- Denominación
- Alcance
- Beneficiario
- Objetivos
- Autoridad de aplicación.

- Organizacional

Subdimensión:

- Autoridad máxima
- Categoría
- Función
- Ámbito de alcance

- **V: Población local o comunidad receptora**

Dimensión:

- Características
- Beneficio de actividad turística
- Interés de desempeño laboral en turismo
- Propuestas de mejora

2.2 Fuentes primarias y secundarias

Los tipos de fuentes que se utilizan son de tipo primarias y secundarias. Rut Vieytes señala que las primeras están constituidas por “aquella información que recoge el investigador directamente de las fuentes. [...] En las ciencias sociales, la medición

directa se obtiene recurriendo a cuestionarios, entrevistas, grupos de discusión, observaciones, escalas, etc.”²² Se hace referencia a material nuevo u original, cuya disposición no sigue ningún esquema predeterminado. Estas se recaban mediante el testimonio y evidencia directa del tema de estudio. La recolección de esta información en este trabajo se recabó mediante:

- ❖ Observación
- ❖ Encuestas a visitantes
- ❖ Encuestas a residentes de la ciudad Victoria
- ❖ Entrevistas a informantes claves
 - o Dueño del Hotel America
 - o Recepcionista de hotel (personal de contacto)
 - o Informante turístico / Estudiante de turismo / Periodista
 - o Representante de ENVITUR.
 - o Dueño de empresa de turismo / Prestador de servicios
 - o Representante de la Oficina de turismo municipal.

Las fuentes o información secundaria “se presenta en documentos de distinto formato producida por organismos oficiales, instituciones públicas o privadas, consultoras, grupos de opinión, y sujetos individuales que generan datos permanentemente, los almacenan y resguardan de diversa manera”²³. Un ejemplo de información secundaria consultada es la elaborada por el CFI que se utilizó para la caracterización del entorno socioeconómico provincial donde se enmarca la actividad turística de Victoria.

Las fuentes primarias, secundarias y bibliográficas resultaron insustituibles como marco referencial, antecedente, y sustento teórico. Las fuentes secundarias y bibliográficas consultadas están disponibles en el apartado correspondiente al material consultado en la parte IV de este trabajo.

²² Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. 1a Ed. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias, 2004.

²³ Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. 1ª Ed. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias, 2004.

2.3 Metodología de diseño de la elaboración de instrumentos. Técnicas de abordaje de la información.

En el análisis del sistema turístico de la ciudad de Victoria, y la elaboración de un diagnóstico de la misma se pueden mostrar las herramientas que manipula el estudiante de la carrera de turismo de esta universidad.

La recolección de datos se realizó durante los meses de julio y diciembre del 2009, enero y febrero 2010, en la ciudad de Victoria, Entre Ríos. Dicha recolección y análisis de datos se aborda mediante una metodología cuali-cuantitativa.

En este trabajo se combinan diferentes herramientas de recolección de información para enriquecer el análisis del objeto de estudio.

Se realizaron dos tipos de encuestas con las siguientes características:

- Exploratoria: con el fin de identificar dimensiones del problema de investigación.
- Personal: para la mayor flexibilidad de obtención de información. La interacción con el encuestado permite la aclaración de las preguntas y la recepción de información adicional.
- Transversal: ya que se hace en un momento determinado para recoger cierta información.
- Muestra: No probabilística. Según Onasuno, el menor número de mediciones es de treinta elementos, semimuestrales, para que el trabajo sea estadísticamente significativo.
- Semiestructurada: preguntas semicerradas, con alternativas de respuesta, pero también dejando la posibilidad de incorporar información nueva que no hubiese sido esperada por el investigador

Encuesta a residentes de la ciudad:

Pretende conocer la opinión de los habitantes de la ciudad de Victoria, Entre Ríos, en relación a la actividad turística dentro del ámbito de su Municipio, la detección de posibles problemáticas existentes, el aporte a mejoras, como así también interés de los pobladores en la misma como generadora de empleos.

Encuesta a visitantes:

De acuerdo a los objetivos específicos planteados para esta investigación se elaboraron modelos de instrumentos para el análisis del comportamiento y preferencias de los visitantes, lo que representa la demanda turística en el Municipio de Victoria, Entre Ríos, de bienes y servicios puestos a disposición por los oferentes turísticos.

Tiene como objetivo conocer las características, y el comportamiento de los mismos, representantes de la demanda actual de servicios turísticos ofrecidos en la ciudad de Victoria.

Entrevistas a informantes claves:

Se utiliza esta técnica de recolección de datos con el fin de entrevistar a personas que poseen conocimientos especiales y están interesadas en compartir sus conocimientos con el investigador.

Cada uno de los entrevistados se consideran participantes activos del fenómeno estudiado. Los informantes claves serán los que enriquecerán el análisis de cada una de las unidades de análisis y variables propuestas por esta investigación.

Todas las entrevistas realizadas fueron de tipo semiestructurada. Las mismas se realizaron basadas con el uso de una guía de preguntas o ejes temáticos. Se ha sido flexible en cuanto al orden y a la aparición de nuevas temáticas no contempladas por la guía para enriquecer la caracterización del objeto de estudio.

Oferta turística:

Para la descripción y análisis de la oferta turística, se utilizó la metodología para la elaboración de un inventario turístico de CICATUR/O.E.A. Este aspecto del sistema, o subsistema se complementó mediante la técnica de *observación*²⁴ de tipo:

- Externa
- De campo
- Individual
- Rol no participante: manteniendo el papel de espectador pasivo, limitando la acción al registro, sin que esto implique al observador. Esto colabora a la máxima objetividad y veracidad posible.

²⁴ García Ferrando Manuel; Ibáñez, Jesús; Alvira Francisco. El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación.

.....
.....
Muchas gracias por su colaboración

MODELO DE ENCUESTA 2

Unidad de análisis: Visitantes (Demanda)

1. Lugar de procedencia:
2. ¿Con quién viaja en esta oportunidad? Solo ☐ Pareja ☐ Familia ☐ Amigos ☐
3. ¿Cómo obtuvo información de la ciudad? Internet ☐ Recomendación ☐
Publicidad ☐ Otros ☐ ¿Cuál?.....
4. ¿Cuál es su principal motivación para este viaje? Visita a familia o amigos ☐
Trabajo o negocios ☐ Evento deportivo ☐ Práctica de juegos de azar ☐
Recreación, ocio, descanso ☐ Otros ☐
¿Cuál?.....
5. ¿Cómo contrató su viaje? Por cuenta propia ☐ Agencia de viajes ☐
6. ¿Visita por primera vez la ciudad? Sí ☐ No ☐ (Caso negativo, pasar a pregunta 8)
7. ¿Volvería? Sí ☐ No ☐ ¿Por qué?.....
8. ¿Donde se encuentra alojado? Casa de familiares o amigos ☐ Hotel ☐ Apart
Hotel ☐ Residencial ☐ Camping ☐ Otros ☐ ¿Cuál?.....
9. ¿Qué tipo de transporte usó para llegar a la ciudad? Vehículo propio ☐ Bus ☐
10. ¿Qué actividades realizó? Deportivas ☐ Culturales ☐ Asistir a un evento
programado (fiesta, etc.) ☐ Práctica de juegos de azar ☐ Recreación, ocio,
descanso ☐ Termalismo ☐ Otros ☐ ¿Cuál?.....
11. Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐
12. Grupo etáreo: Hasta 20 años ☐ 20-30 años ☐ 30-40 años ☐ 40-50 años
☐ 50-60 años ☐ Más de 60 años ☐
13. Sexo: Masculino ☐ Femenino ☐
14. Nivel de estudios alcanzados: Primarios ☐ Secundarios ☐ Terciarios y/o
Universitarios ☐
15. OBSERVACIONES

Muchas gracias por su colaboración

MODELO DE ENTREVISTA 1

Guía de Ejes temáticos utilizados para Recepcionista de Hotel (Martin):

- Demanda (actual y potencial)
- Turismo en Victoria. Causas, opinión.
- Ventajas. Elementos diferenciadores.
- Impactos: Población local, economía, ecología
- Administración pública.
- Propuestas

MODELO DE ENTREVISTA 2

Guía de Ejes temáticos utilizado para Claudio Acosta:

- ¿Cuál es la relevancia de la actividad en la ciudad?
- Demanda (actual y potencial)
- Proyectos - Planes – Alianzas - Corredores
- Turismo en Victoria. Causas, opinión.
- Obstáculos para el desarrollo de la actividad.
- Ventajas. Elementos diferenciadores.
- Administración pública. Legislación vs. Realidad.
- Atractivos. Relevancia. Puesta en valor.
- Infraestructura. Equipamiento.
- Impactos: Población local, economía, ecología.
- Propuestas
- Formación de profesionales. Capacitación.
- Medios de comunicación. Publicidad. Promoción.

MODELO DE ENTREVISTA 3

Guía de preguntas utilizadas para las entrevistas de los siguientes informantes claves:

- ❖ Silvia Heinzenknecht
- ❖ Ricardo Núñez
- ❖ Lucas Dietz

- 1) ¿Cuál es la relevancia de la actividad turística en la ciudad de Victoria?
- 2) ¿Cuáles son los atractivos que considera que merecen una revalorización como patrimonio de la ciudad?
- 3) ¿Cuáles son las actividades turísticas de mayor relevancia? ¿Cuáles cree que necesitan una mayor promoción?
- 4) ¿Cree que las instalaciones con las que cuenta la ciudad son suficientes para la realización de las actividades que ofrece la ciudad de Victoria? ¿Por qué?
- 5) ¿Qué opinión le merece el equipamiento hotelero y de restauración? ¿Acompañan éstos a la demanda de servicios?
- 6) ¿Considera que se le da suficiente importancia al registro de visitantes en la oficina de turismo? ¿Por qué?
- 7) ¿Tiene Ud. conocimiento de la existencia de un plan de desarrollo turístico en la ciudad? ¿Se encuentra familiarizada con los puntos más relevantes? ¿Existe una evaluación del cumplimiento de los objetivos planteados por este documento?
- 8) ¿Cuáles cree que son los principales problemas que se deben salvar para que la actividad turística en la ciudad tenga un mejor desarrollo?
- 9) ¿Cuáles cree que son las principales potencialidades que posee la ciudad en materia turística?
- 10) ¿Cómo se vio afectada la población local por la actividad turística durante la última década? ¿Cree que la misma se vio beneficiada? ¿Por qué?
- 11) ¿Cuál es la relación entre la oficina de Turismo y las organizaciones privadas existentes en la ciudad? ¿Existen acciones de cooperación?

PARTE III
CARACTERIZACION DE VICTORIA Y SU ENTORNO



¿Quieres verlo un poco en la práctica?, dijo la Falsa Tortuga.
Me gustaría mucho, dijo Alicia
¡Pues intentemos la primera figura! Dijo la Falsa Tortuga
Lewis Carroll (Alicia en el país de las maravillas)

3 Marco Referencial

3.1 Marco referencial provincial. Características.

El Municipio de Victoria, se encuentra localizado en la provincia de Entre Ríos, perteneciente a la región del Litoral argentino. La provincia limita al norte con la provincia de Corrientes, al oeste y sudoeste con Santa Fe, al sur con Buenos Aires y al este con la República Oriental del Uruguay. Como su nombre lo indica, se encuentra rodeada por dos cordones fluviales: el Río Paraná y el Río Uruguay. Estos dos límites naturales enmarcan y definen a la vez el carácter de la región, proveyéndola de magníficos paisajes ribereños, incidiendo en su clima y riqueza en su flora y fauna característica del litoral argentino.



Mapa vial de la provincia de Entre Ríos²⁵

²⁵ Imagen extraída de www.turismo.entrerios.gov.ar con modificaciones personales.

El departamento Victoria²⁶ es una de las 17 divisiones político-administrativas que constituyen la provincia de Entre Ríos. Tiene una extensión territorial de 6.499 km² y una población total de 30.126 habitantes²⁷.

El departamento se encuentra dividido en 9 distritos, el cual posee dos sectores contrastantes tanto en los aspectos físicos como en lo que refiere a su producción:

- a) una parte insular de 4.248 km² y que cubre aprox. 60 % de su territorio, constituido por los sectores del llamado "delta fluvial superior"; y
- b) una parte continental de 2.251 km².

La ciudad de Victoria, con una población de 12.582 habitantes y un ejido de 108 km², es la cabecera del departamento y principal centro de actividades de él.

Como el Centro Federal de Inversiones dicta en la síntesis socioeconómica general de la provincia, el área más dinámica está concentrada sobre el río Uruguay y reforzada por las obras de vinculación terrestre de los puentes Zárate-Brazo Largo; Puerto Unzué-Fray Bentos; Colón-Paysandú y Concordia-Salto. Los tres últimos puentes comunican la provincia con la República Oriental del Uruguay. La zona de mayor densidad de población se encuentra alrededor de la ciudad capital, Paraná, vinculada a la capital de la provincia de Santa Fe por el túnel subfluvial Hernandarias.

Clima

El clima en Entre Ríos refleja un área de transición entre el clima subtropical y templado y se caracteriza por abundantes precipitaciones anuales. La parte subtropical, abarca los departamentos Federación, Feliciano, Federal y norte de La Paz, con temperaturas promedio estivales de 26° C e inviernos suaves. El resto de la provincia posee temperaturas entre 7° C y 10° C en invierno, y entre 19° C - 23° C en verano, con una amplitud media que oscila entre 10° C y 16° C. En la región subtropical, las precipitaciones superan los 1.000mm anuales y predominan los vientos norte, este y noreste, mientras que en los demás departamentos las lluvias son inferiores a 1000mm anuales y circulan vientos del sur, sureste, noreste y pampero.

Fauna

Las aves se presentan principalmente en los lagos, ríos y arroyos, entre ellas hay zancudas, cigüeñas, el tutuyú coral, la garza mora, las bandurrias, cuervillos y

²⁶ Información extraída de INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria)

²⁷ Dirección Provincial Estadística y Censo, 1991

espátulas, así como también palmípedas, patos, biguaes y cisnes. Entre los pájaros más comunes se pueden encontrar el pirincho, el urutaú, cardenales, martín pescador y el carpintero. Hay reptiles como yacarés, iguanas y lagartijas, y ofidios como serpientes de coral, boas, cascabeles y yararás.

Entre los mamíferos hay carpinchos, hurones, zorros del monte, guazunchos, lauchas, mulitas, peludos y comadreas; y entre las más de 200 especies de peces, de los cuales se puede mencionar al armado, surubí, patí, dorado, sardina, sábalo, manduví, anamengüí, boga, pacú y dientudo.

La fauna de Entre Ríos se encuentra protegida naturalmente de la depredación por los ríos que rodean a la provincia, así como también por límites establecidos a la caza y pesca de las especies.

Flora

La vegetación de la provincia comprende montes en la zona centro y noroeste, formados entre otras especies por el ñandubay, el algarrobo, el espinillo, el chañar, el tala, el molle, el lapacho y el timbó. En el Delta del Paraná se encuentran los Montes Blancos, formados por otras especies arbóreas como el sauce criollo, el colorado o de la costa; el álamo criollo, el Carolina y de Canadá, los ceibos, curupíes, canelones, laureles criollos, ingaes, palo amarillo y falsos alisos. Y el exótico Monte de Ombúes (*Phytolacca Dioica*) en la Ciudad de Victoria ubicado al pie del Cerro de La Matanza. Es una formación boscosa que constituye una rareza botánica con pocos antecedentes en el mundo entero.

Los ríos y lagunas disponen de flora acuática como el irupé, el repollito de agua, camalotes y achiras. El sector forestal se encuentra actualmente en crecimiento, si bien tiene aún poco peso dentro del conjunto del país.

Socioeconomía

La tasa media anual de crecimiento de la población es de 12.1‰ y la densidad es de 14.7 habitantes por kilómetro cuadrado. La población urbana representa el 82.5% (2001).

Año	Entre Ríos	Prov./ País (%)
2001	1173	3.15
2005	1217	3.15
2010	1282	3.16
2015	1345	3.17

Cuadro de Población: Evolución y proyecciones (en miles de habitantes)²⁸

	Año 2004
Índice de mortalidad infantil	0,9032
Matrícula	0,7196
Subsistencia combinada	0,5996
Indicador dificultades laborales	0,3254
Estándar de vida con dif. labor	0,4625
Índice de desarrollo humano provincial	0,6951

Cuadro de Calidad de Vida IDH 2000-2004²⁹

El Producto Geográfico Bruto total estimado por la provincia muestra que en el año 2006 el sector primario de la provincia generaba el 15%. El sector secundario aportaba otro 20.4% y el sector terciario un 64.6%. Siendo este último, donde se encuentra la actividad turística reflejada.

La superficie neta de las explotaciones según el Censo Nacional Agropecuario 2002 es de 3.305.5 miles de has., de las cuales el 53.12 % lo ocupa la superficie implantada. De este total, el área cubierta con montes y/o bosques naturales e implantados conforma el 50.3% y el resto se destina a cultivos agrícolas.

²⁸ Fuente: INDEC. Censos Nacionales de Población 1947/2001 y “Proyecciones Provinciales de Población por Sexo grupos de edad 2001-2015”, Serie Análisis Demográfico

²⁹ Fuente: Elaboración en base a la EPH y estadísticas del Ministerio de Salud y Medio Ambiente de la Nación

Educación

	N°	Participación s/ total del país	Tasa neta de escolarización
Población total que asiste	348.119	3.1%	
Preescolar	41.301	3.1%	
Primario	153.040	3.4%	98.1%
EGB 1 y 2	153.040	3.4%	98.1%
Medio	114.457	3.1%	
EGB 3	71.876	3.3%	74%
Polimodal	42.581	2.8%	46%
Terciario y Universitario	39.321	2.4%	19.1%

Cuadro de Matrícula por nivel de escolarización³⁰

				Distribución por nivel / ciclo de enseñanza (%)		
Nivel / Ciclo de Enseñanza	Alumnos	Cargos Docentes	Unidades Educativas	Alumnos	Cargos Docentes	Unidades Educativas
Totales	318.884	18.740	3.480	100,0	100,0	100,0
Inicial	38.968	1.977	1.197	12.22	10.55	34.39
EGB 1 y 2 Primario	157.943	12.270	1.311	49.52	65.48	37.67
EGB 3	67.340	1.106	521	21.1	5.9	14.97
Polimodal /Medio	41.711	3.031	368	13.08	16.17	10.57
Superior No Univ.	12.422	356	83	3.8	1.9	2.38

Cuadro de Alumnos, Cargos Docentes y Establecimientos escolares. Año 2006³¹

Actividad Económica

Las exportaciones de Entre Ríos para el año 2007 representan el 2.21% del total del país. Los productos de origen agropecuario son los más importantes. En cuanto a los destinos de los mismos, China recibe el 19.28 % de los productos. En segundo

³⁰ Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2001 (INDEC).

³¹ Fuente: Ministerio de Educación. Dirección Nacional de Información y Evaluación de la Calidad Educativa. Relevamiento 2006.

lugar se ubica Brasil, con un 13.42 % y en tercer lugar Chile con un 7.69 % de las exportaciones provinciales.

Actividad económica	Total	Entre Ríos	% total país
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	10.417.611	494.977	4,8
Pesca, explotación de criaderos de peces, granjas piscícolas y servicios conexos	38.082	255	0,7
Explotación de minas y canteras	1.676.860	1.115	0,1
Industria manufacturera	14.629.155	101.607	0,7
Electricidad, gas y agua	2.000.788	2.074	0,1
Construcción	2.900.586	71.765	2,5
Comercio al por mayor y al por menor: reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos	7.930.733	157.939	2,0
Servicios	29.310.617	344.556	1,2
Hotelería y restaurantes	251.315	223	0,1
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	2.314.563	7.253	0,3
Intermediación financiera y otros servicios financieros	5.318.546	148.537	2,8
Inmobiliarios, empresariales y de alquiler	2.489.396	18.706	0,8
Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria	9.368.034	3.207	0,0
Enseñanza, servicios sociales y de salud	839.807	5.110	0,6
Otros	8.728.955	161.520	1,9

Cuadro de Total de préstamos por actividades económicas (saldo en miles de pesos)³²

Salud

Entre Ríos	Total País	Total Prov.	% Prov.
Número de médicos	121.076	2.383	1,97
Numero de camas disponibles en establecimientos asistenciales	153.065	6.751	4,41
Egresos del sector oficial	2.112.272		
Cantidad de establecimientos con o sin internación	17.845	604	3,38
Cantidad de establecimientos con o sin internación: Sector oficial:	7.727	307	3,97

³² Fuente: Banco Central de la República Argentina. Año 2009

Nacional	44	0	0,00
Provincial	5.287	242	4,58
Municipal	2.367	64	2,70
Otros	29	1	3,45
Cantidad de establecimientos con o sin internación: Sector Obra Social:	356	2	0,56
Cantidad de establecimientos con o sin internación: Sector Privado	9.722	295	3,03
Cantidad de establecimientos con o sin internación: Sector Mixto	40	0	0,00
Porcentaje de población no cubierta con Obra Social o Plan Médico	48,1	48,7	

Indicadores de recursos, acceso y cobertura. Entre Ríos³³

Transporte e infraestructura

Las redes nacional y provincial de caminos de Entre Ríos ascienden a 13054.35 Km. de longitud.

Se destacan grandes obras de infraestructura que cuenta la provincia como nexos vinculantes de integración nacional e internacional. El Túnel Subfluvial Hernandarias la comunica con la Provincia de Santa Fe; el Complejo Ferroviario Zárate Brazo Largo la vincula con Buenos Aires; los Puentes Internacionales José Gervasio Artigas, Libertador General San Martín y la Represa de Salto Grande la conectan con la República Oriental del Uruguay.

Cabe mencionar sin dudas que la arteria más importante de comunicación de Victoria es el Puente Rosario-Victoria, el cual representa un ícono a nivel infraestructura de transporte. Muchos fueron los proyectos, las iniciativas y adhesiones para la realización de esta importante y necesaria obra, que no sólo apunta a mejorar la comunicación entre dos ciudades, sino que es nexo de una vasta región. La obra, ubicada en el Valle del Río Paraná, se inició durante en la década del 90 mediante un contrato de Obra Pública por sistema de concesión con cobro de peaje por 25 años. La empresa Concesionaria y Constructora es "Puentes del Litoral S.A.". El inicio de la obra se produjo el 14 de septiembre de 1998 habiendo sido estipulado el plazo de construcción en 4 años, pero se inauguró 5

³³ Fuente: Dirección de Estadística e información de salud, datos al año 2000. Ministerio de Salud de la Nación.

años después en el año 2003. El volumen de tráfico estimativo inicial fue de 3500 vehículos por día.

En cuanto al transporte aéreo, la provincia cuenta con el Aeropuerto General Justo José de Urquiza. El total de pasajeros entrados y salidos en vuelos de cabotaje para el año 2007 es de 5 mil. Esta cantidad no resulta significativa siendo la terrestre la principal vía de acceso a la provincia.

Provincia	Total (km)	Pavimentada	Ripio	Tierra
Red nacional	1.603	1.603	-	-
Red provincial	11.451	1.610	1871	7.970

Energía Eléctrica

Según los datos provistos por la Secretaría de Energía, la generación bruta de energía en el año 2006 fue de 2.163.174 MWH (2,9 % del total del país). El 100 % corresponde a energía hidráulica. La energía facturada a usuario final fue 1.985.797 MWH.

Medios de Comunicación

Cuenta con treinta y ocho periódicos digitales y ciento diecisiete radiofusas autorizadas. Victoria cuenta con un canal propio de televisión que transmite de forma local, con su propia programación los siete días de la semana. El periódico local es llamado Paralelo 32, de edición semanal.

Turismo

	Total	1*	2*	3*	4*	5*	Otros Hoteles	Parahoteles*
Nº de establecimientos	208	15	32	28	21	1	48	145
Nº de plazas	11.395	562	2.156	2.751	2.577	280	1.701	1.398

Cuadro Alojamiento de la Provincia de Entre Ríos³⁴

*Comprende hosterías, residencias, estancias rurales, cabañas, moteles, bed & breakfast y otros.

³⁴ Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación. Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Plan Federal Estratégico de Turismo: "Oferta de Alojamiento Hotelero y parahotelero 2007" y "El empleo en las ramas características del Turismo"

Termalismo

El Municipio de Victoria se encuentra emplazado en una de las provincias más beneficiadas en cuanto a riqueza otorgada por el Acuífero Guaraní, una reserva subterránea transfronteriza casi en su totalidad de valiosa agua dulce.

Se marca como inicio de la explotación termal al año 1994, en la ciudad de Federación. A partir de ese momento, se produjo un interés marcado en distintas ciudades de la provincia de Entre Ríos por poseer un producto turístico que, a través de estos años, ha registrado un crecimiento vertiginoso y ha puesto a la provincia en la mirada nacional, incorporándose las termas como una de sus propuestas más atractivas. Las exploraciones a través de perforaciones termales, permiso de por medio, pasaron por distintas etapas reglamentarias a través de decretos y leyes del gobierno provincial. Se fueron sucediendo acompañando el paulatino crecimiento del producto termas. Hoy se puede ver reflejado en la reciente explotación del recurso a través del parque Victoria del Agua, que realizó su apertura preliminar el pasado diciembre del 2009.

Más de un millón y medio de visitantes ingresaron durante el año 2008 a las termas de la provincia de Entre Ríos.

Son de relevancia los avances logrados en esta modalidad de uso turístico. A su vez, se destaca como beneficioso que cada área mantenga una identidad diferenciada para diversificar la oferta termal en la provincia.

El desarrollo del turismo salud y las propiedades de sus aguas han situado a la provincia Entre Ríos como un referente del turismo termal, en un marco de constante crecimiento y desarrollo. Las directrices de calidad en termas, impulsadas desde la SECTUR, ya se encuentran en etapa de implementación.

Desde el año 2008 el Ente Regulador de Termas está generando acciones en busca de que esta actividad sea sustentable y de nivel nacional e internacional. Como tendencia de fin de siglo sigue en pie la vuelta a lo natural, por lo que cada día cobran más vigencia los tratamientos que rescatan el potencial de la naturaleza para tratar muchas enfermedades y favorecer el equilibrio general del organismo. En este sentido, las terapias con aguas termales se perfilan como una ayuda de primer orden, bien sea para mitigar los dolores del reumatismo, combatir el estrés o como gozo meramente estético.

Los baños termales tienen como origen un manantial por el que brota agua caliente durante todo el año y cuya temperatura es bastante superior a la atmosférica por provenir del subsuelo.

Entre Ríos es la primera provincia del país en contar con legislación específica para la explotación de los recursos termales. La primera normativa de referencia es el Decreto 2435 de la Secretaría General de la Gobernación (1993), por el cual se creaba la Unidad Transitoria de Proyección N° 5, denominada "*Desarrollo del Recurso Hidrotermal*"³⁵, con el objeto de formular estrategias, pautas, normas, regulaciones y proyectos de acción para el aprovechamiento racional y planificado de las aguas termales dentro del territorio provincial y específicamente, en la región del Corredor del Río Uruguay.

Luego, en 1994, se declaró de Interés Provincial la exploración y explotación de aguas termales, mediante el Decreto N° 773.

En junio de 1994, el Decreto N° 3468 delimitaba dos áreas de un radio de 60 kilómetros; una con epicentro en Federación y otra en la localidad de Puerto Yeruá (departamento Concordia), dentro de las cuales el Gobierno provincial debía poner todos sus esfuerzos para desarrollar el potencial hidrotermal entrerriano.

Otro antecedente legislativo es la Ley N° 9064, dictada en diciembre del año 1996, por la cual se declaraba de interés provincial las riquezas naturales potenciales del subsuelo entrerriano (entre otras, las aguas termales) y se establecía un régimen de promoción e incentivo a los capitales de inversión en actividades de exploración y explotación.

El decreto N° 3413 de agosto de 1998 del Ministerio de Economía, Obras y Servicios Públicos, por el cual se aprobaba la reglamentación del estudio, planificación y uso del agua termal en la Provincia de Entre Ríos, definía que la autoridad de aplicación de ese decreto, debía ser un consejo creado por distintas áreas específicas de la gobernación. En este mismo, se establecieron vedas sanitarias, en salva-guarda de la salud pública o el medio ambiente y se especificaron los requisitos para llevar adelante perforaciones para captar el recurso termal y realizar su explotación.

El avance registrado en el número de complejos termales, la necesidad de contar con una legislación y un marco adecuado para esas inversiones, la importancia de trabajar en una estrategia de desarrollo y crecimiento desde el punto de vista

³⁵ Ver más en www.errter.gov.ar

turístico, el valor de aumentar el conocimiento científico sobre el recurso y evitar cualquier posibilidad de contaminación, hicieron que nuevamente sea de interés de la gestión provincial, modernizar la normativa relacionada a la regulación el producto en sus distintas facetas. Por ello, se discutió la elaboración de una nueva ley en distintos foros y un profundo debate legislativo. Se sucedieron reuniones abiertas, en la que se destaca la del 8 de febrero del 2005, donde participaron distintos sectores interesados, como la Asociación de Comunidades Termales, organizaciones medioambientales, la Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad Tecnológica Nacional, especialistas en mineralogía, hidrología y geología, representantes de municipios con complejos termales o con propuestas de desarrollo, ente otros. Todo esto llevó a la aprobación de la Ley N° 9678. Debe sumarse también la ley correctiva N° 9714, que fuera promulgada el 12 Julio de 2006.



Mapa del Acuífero Guaraní, Sudamérica



Mapa “Riqueza Hídrica de la región NEA”³⁶

³⁶ Imagen extraída del Ente Regulador de recursos termales de Entre Ríos.

TERMAS de Entre Ríos



Termas de Chajarí

Ubicado sobre la Ruta Nacional N° 14.

Termas de Colón

Se encuentra ubicada a pocos mts. de la ciudad de Colón.

Termas de Concordia

Ubicado a solo 15 minutos de la ciudad de Concordia.

Termas de Federación

Ubicado dentro de la planta urbana de la ciudad, a orillas del lago de Salto Grande.

Termas de La Paz

Ubicado sobre las barrancas bordeado por el río Paraná, sus islas y la naturaleza.

Termas de María Grande

Ubicado sobre la Ruta P. N° 10, al final de la Av. Argentina de María Grande.

Termas de Villa Elisa

Ubicado a unos escasos 4 km. de la ciudad sobre la Ruta N. N° 130

Termas de V. San José

Ubicado junto a la ribera del Río Uruguay

Termas de C. del Uruguay

Ubicado junto a la ribera del Río Uruguay

Termas de Gualaguaychú

Ubicado a sólo 2,5 km de Pueblo Belgrano

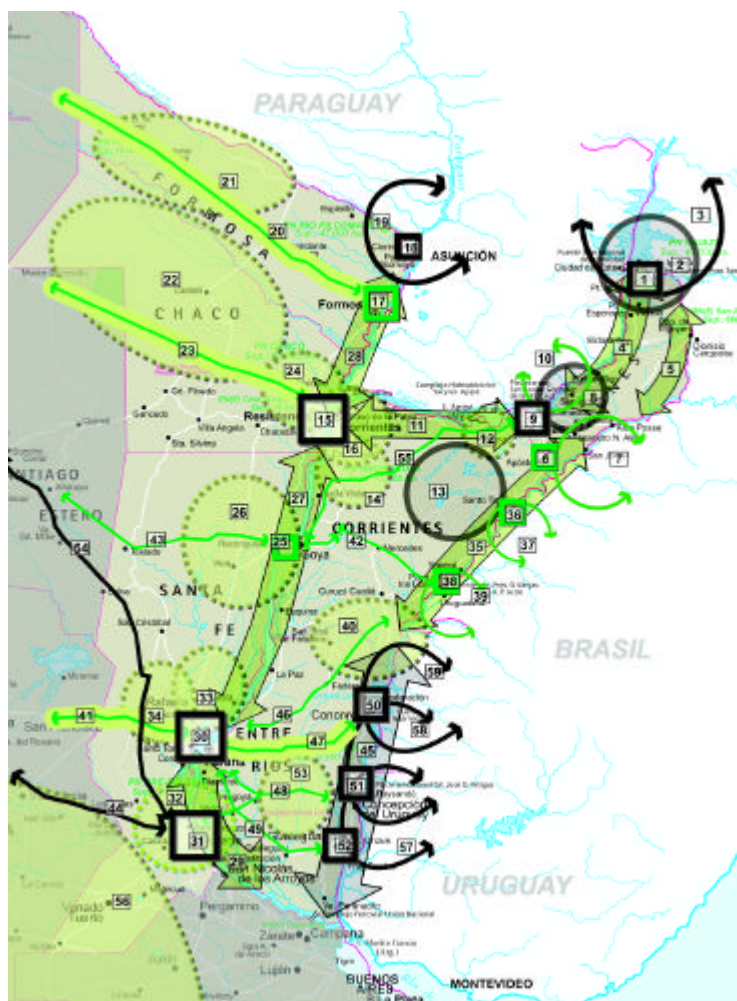
1er etapa de inauguración
"Victoria del Agua"

Mapa de Complejos termales de la provincia de Entre Ríos.³⁷

En el marco de la elaboración de este trabajo final se estudian diferentes aspectos relacionados a la actividad turística a nivel internacional, nacional, provincial y municipal, para lo que se ha consultado el Plan Federal Estratégico de Turismo

³⁷ Extraído de www.entreriosotal.com.ar y modificaciones ampliatorias personales.

Sustentable (PFETS) de la República Argentina, elaborado a partir del mes de agosto del año 2004.



Mapa de componentes del espacio. Región Litoral.³⁸

El PFETS ubica a la ciudad de Victoria en una posición estratégica de acuerdo con el análisis del espacio turístico realizado por el PFETS.

Componentes del espacio turístico de la región del litoral que afectan directamente al Municipio de Victoria:

- Área del Gran Rosario, cuyo núcleo es la ciudad de Rosario, una de las principales puertas a la provincia de Entre Ríos, y un importante polo productivo.
- Puerta de entrada de Paraná (115 Km. de Victoria), capital de la provincia de Entre Ríos y otra de las puertas de entrada de la provincia actuales.

³⁸ Gráfico extraído del Plan Federal de Turismo Sustentable. Anexo 05.

- Por su proximidad a Rosario, se entiende que la ciudad podría verse beneficiada por la actual travesía Santiago del Estero – Rosario (RN 34), y la travesía Rosario – Córdoba (RN 9).
- Corredor potencial del Paraná inferior conectado al actual corredor del Paraná superior.

3.2 Breve reseña histórica de la Ciudad de Victoria

Como se comentó con anterioridad, se toma como marco de referencia al Municipio de Victoria, para la realización de un diagnóstico. A continuación se expone una breve referencia histórica de la ciudad de Victoria.

Los primeros habitantes, en sus principios, fueron las tribus que poblaron el territorio entrerriano, divididas en dos grandes grupos: chanás-charrúas y guaraníes.

“Los charrúas que ocuparon primeramente la Banda Oriental se desplazaron hacia las costas del Paraná distribuyéndose en la región central. Aquí se los reconoce por minuanes. Los chanás invadieron el Sur y la costa paranaense tomando distintas denominaciones: chaná-timbú, chaná-beguá, chaná-timbué, etc. Todos pertenecen al mismo grupo étnico chaná-charrúa, hablan la misma lengua con formas dialectales distintas, tienen semejantes caracteres físicos, costumbres, hábitos morales y sociales”.³⁹

Fueron en general nómadas y las tribus estaban gobernadas por un cacique, elegido generalmente por su valentía, aunque prácticamente desconocían el sentido de autoridad; más bien obedecían al hechicero porque alejaba los males y curaba las enfermedades. Carecían de sentimiento religioso.

No dejaron un legado importante debido a que no edificaban casas sino chozas transportables y como alfareros fueron muy rudimentarios. Precisamente los yacimientos arqueológicos hallados constan de piezas de alfarería, principalmente en los enterratorios.

Los hombres iban totalmente desnudos o cubiertos apenas con un taparrabos, y solían cubrir sus espaldas con el toropi de cueros de lobito, nutria o carpincho que les llegaba hasta los talones. Perforaban el cartílago de la nariz o el labio inferior e

³⁹ Anadón, Carlos A. *Murature de Badaracco, María del Carmen. Historia de la Matanza – Victoria. Desde los Orígenes hasta 1900. 2da Edición. Paraná.1968*

introducían un trozo de hueso o metal afilado. Las mujeres usaban una especie de camisa larga con dos agujeros para sacar los brazos.

Solían andar descalzos o con una suela de cuero atada al pie. Se tatuaban el rostro y se pintaban el cuerpo para ir a la guerra.

Estos primitivos habitantes se destacaban por una gran capacidad para la caza y la pesca. Se alimentaron de carne asada de animales salvajes y abundante pescado. También consumían frutas silvestres y practicaban un escaso cultivo de maíz y zapallo.

Conocieron la flecha, el arco, el garrote y la lanza. Afilaban puntas de hueso o madera. Fueron polígamos si bien se reunían en familias. No existen vestigios que hagan referencia a manifestaciones musicales.

Al cabo de dos siglos de historia, fueron extinguidos por no someterse a los conquistadores ni a los misioneros. Fueron necesarias cruentas expediciones para desalojarlos de las tierras que ocupaban.

La ciudad se conoció con diferentes nombres a lo largo de su historia. El primer nombre con el que fue conocida la que hoy es Victoria, fue “La Matanza”. Existen varias versiones alrededor de la explicación de sus nombres, ninguna de ellas probada.

Existe la coincidencia entre varios investigadores acerca de la imposibilidad de convivencia entre el colonizador y el aborígen. Los primeros llegando desde Santa Fe y Buenos Aires. Los otros, defendiendo la tierra que poseían.

Una de las hipótesis más recientes expone que el primitivo nombre de “Victoria habría sido tomado del arroyo La Matanza, así llamado a raíz de un sangriento combate desarrollado en 1749 entre tribus charrúas y tropas del Teniente Gobernador de Santa Fe, Don Francisco Antonio de Vera y Mujica; en el cual los aborígenes resultaron derrotados con apreciable mortandad de hombres”⁴⁰, aunque tampoco existe referencia documental de esta versión.

Los documentos oficiales no arrojan ningún dato interesante, excepto el hecho de aparecer mencionada por primera vez La Matanza en un documento eclesiástico de Monseñor Malvar y Pinto datado en 1779. También se puede afirmar que el Cerro de “La Matanza” fue el lugar elegido por los primeros habitantes de esta zona.

⁴⁰ Vásquez, Aníbal S. Dos siglos de vida entrerriana. Paraná. 1ª Edición. Editorial Ministerio de educación. 1950.

Paralelamente a las gestiones para la autorización, y construido el Oratorio, en 1809 se inicia un expediente para constituir formalmente el Pueblo de La Matanza. Los firmantes habitan, además de La Matanza, los pagos de Laguna del Pescado, Manantiales, Chilcas, Seibas y Pajonal.

El día 30 de marzo de 1810 se libra el último oficio, pero la Revolución de Mayo no permitió que llegara a término. Por lo tanto, sin tener fecha oficial de fundación ni autorización expresa, los vecinos se reunieron por su propia voluntad alrededor del Oratorio.

Respecto de la ubicación del Oratorio, no existen documentos oficiales que demuestren que es exactamente la misma que ocupa actualmente la Parroquia Nuestra Señora de Aranzazu, pero a la vez nada permite dudar que haya sido así.

Fueron los propios colonos quienes dieron los primeros pasos progresistas. Desde entonces, hay un período que no ofrece mayores datos acerca de gestiones oficiales para el mejoramiento de las condiciones de vida en el pueblo, sino hasta promediando la década de 1820.

En 1826 el pueblo fue elevado a la categoría de Villa, y se determinó el ejido por diez cuadras de terreno medidas desde la Plaza hacia los cuatro vientos principales en la Villa de La Matanza para la población, prohibiendo a su vez todo establecimiento de estancia dentro de los límites indicados.

De esta manera se distribuyeron tierras a quienes desearon ocuparlas, respondiendo a un principio de civilización necesario en aquella época, debido a que durante los períodos bélicos, los pueblos y estancias eran asolados por grupos errantes que fácilmente hallaban refugio en los sectores despoblados. A partir de entonces, la Villa de La Matanza tuvo un crecimiento sostenido, favorecido no sólo por la inmigración, sino también por la industria y el comercio.

El Gdor. Sola, mediante un Decreto fechado el 31 de octubre de 1829, ordenó que la villa se nombrara como Victoria. En el texto del mismo, no se brindan detalles de los argumentos para tal designación.

Lorenzo dice “revolviendo viejos papeles, encontré unos manuscritos del Padre Tomás Lamarque, que se refieren al tema. Lamentablemente no tienen referencia documental, pero no deja por ello de ser una versión interesante y enriquecedora”⁴¹. La misma relaciona al Coronel Hilarión Campos, quien habría asesinado a su

⁴¹ Lorenzo, Eduardo. Crónicas de mi pueblo. Imprenta oficial. 1999.

esposa y se fue para, tras algunos años, volver como comandante, y convocando al pueblo a la plaza le comunicó que la villa se llamaría Victoria, y no Matanza como hasta entonces. El pueblo, se resistió al cambio y siguió llamándolo Matanza. En respuesta, el Comandante Campos, volvió a convocar al pueblo a la plaza y amenazó de muerte por las armas a quien siguiera usando el nombre de Matanza.

Uno de los barrios más emblemáticos de la ciudad es llamado “El Quinto Cuartel”. La explotación de la piedra caliza fue una importante fuente de ingresos en la Victoria de antaño. No sólo se la explotaba en el Cerro de La Matanza sino también en los Distritos Corrales y Laguna del Pescado.

Al agruparse los caleros al sur de la ciudad, dieron nacimiento al “Barrio de las Caleras”, hoy denominado “Quinto Cuartel”. Las construcciones que se levantaron, en estilo europeo, constituían en la época verdaderas mansiones. Todas poseían parrales y viñedos para la elaboración de vino, la que también llegó a ser una industria importante.

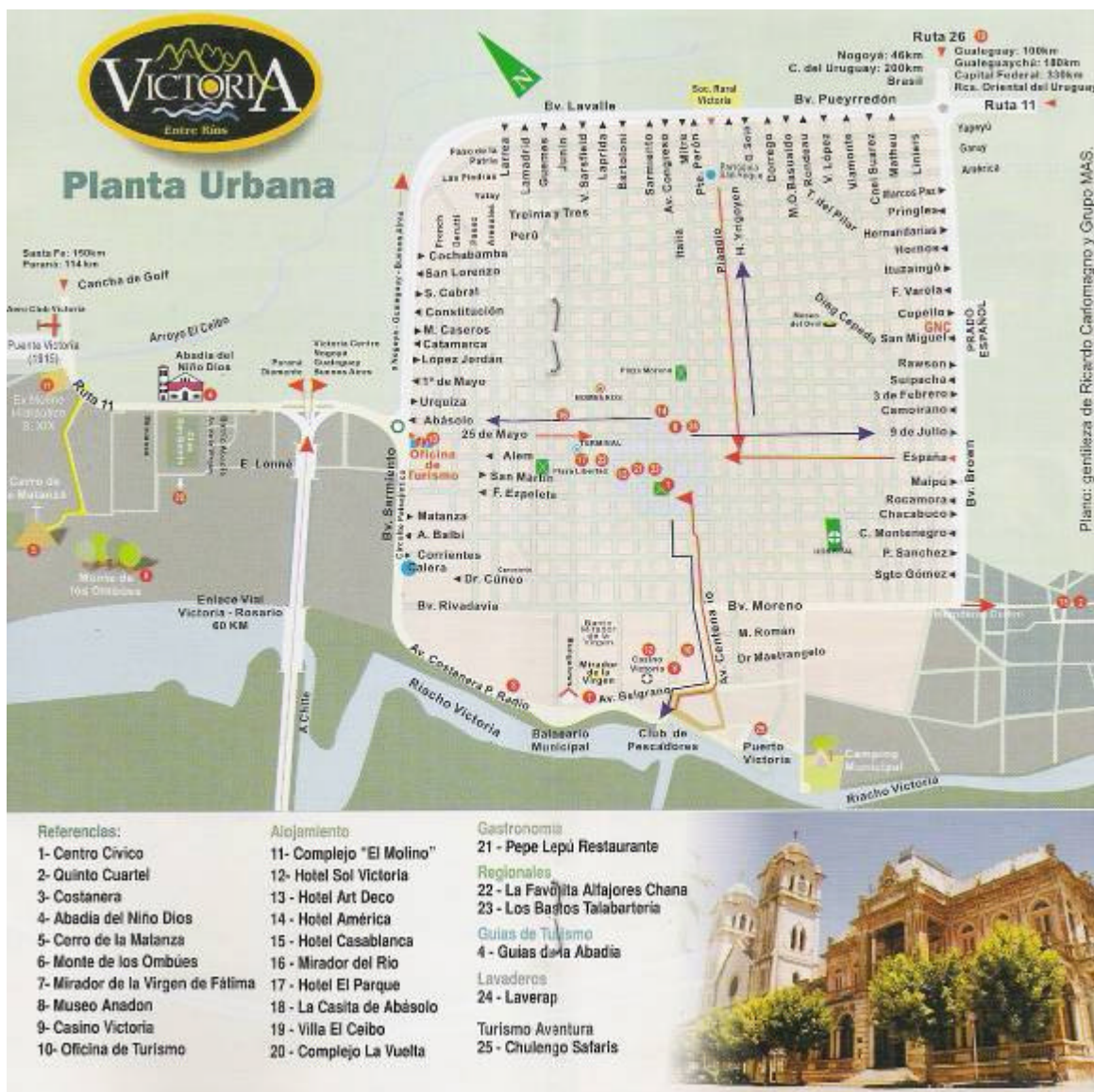
En aquella zona existió también el Puerto Viejo, del cual aun se conservan algunos vestigios. Precisamente desde allí se embarcaba la cal y otras mercaderías que por la vía fluvial iban y venían a Buenos Aires y otros puertos.

La ciudad es bien llamada como la ciudad de las siete colinas ya que por sus características topográficas, presenta un paisaje ondulado por la presencia de importantes cuchillas.

La Villa de la Victoria fue elevada a la categoría de ciudad el 8 de noviembre de 1851; por decisión del Gral. Urquiza. Está localizada sobre la margen Este del Riacho Victoria; la rodea el arroyo Ceibo y se sitúa al Norte del Distrito Laguna del Pescado y al Sur y Oeste del Distrito Corrales.

Su diseño respeta las Leyes de Indias, como toda ciudad colonial: cuatro calles anchas, hoy bulevares, encierran el ejido, y calles transversales que se cruzan en ángulo recto van formando las manzanas.

El Riacho Victoria se inicia en el límite del Departamento Diamante, al Norte. Desciende hasta la ciudad de Victoria. A partir de allí aumenta notablemente su caudal, recibe aportes de los numerosos arroyos de la zona y sigue curso hasta desaguar en el río Paraná Pavón.



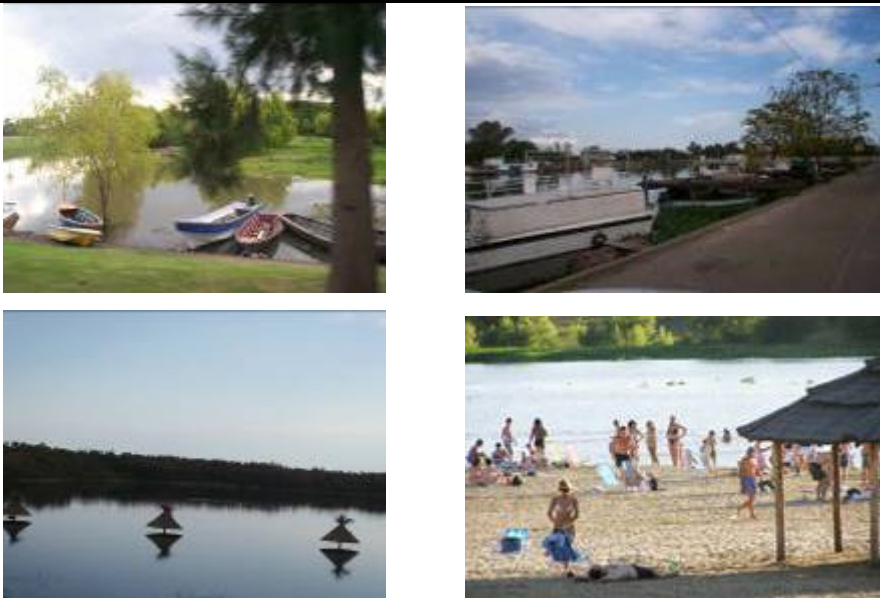
Mapa de la Ciudad de Victoria

4 Relevamiento y análisis del sistema turístico

4.1 Relevamiento de Atractivos

4.1.1 Inventario de atractivos.

Nombre del atractivo: Victoria del Agua. Parque Acuático Termal.			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Termas	Jerarquía: 3	
			
Ubicación: situado sobre al rivera oeste del río Paraná a 5 Km. de la ciudad, accediendo mediante Ruta 11 Estado del acceso: Deficiente. Calle angosta de tierra de unos 500 mts de dificultosa simultanea circulación de autos en sentido contrario. El acceso se encuentra en la culminación de una curva en lomada (peligroso) Señalética y cartelera orientativa: Escasa. 1500 m antes del camino de ingreso se anuncia la entrada del parque en ambos sentidos de la ruta 11. En el interior del parque aún no hay carteles que orienten la profundidad o temperatura de las piscinas, ni la ubicación de los vestuarios, etc. Servicios al visitante: Vestuarios, sanitarios, alquiler de toallas y batas. Visitas guiadas: Óptimo. Cuenta con un centro de interpretación del agua destinado a visitas educativas. Estado de conservación: Óptimo. En proceso de apertura. Características que le confieren interés turístico: Parque temático termal y balneario fluvial más extenso de Sudamérica.			

Nombre del atractivo: Río Paraná (Curso inferior)		
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Ríos	Jerarquía: 3
		
Características: Se extiende por los últimos 298 km del río, desde la ciudad de Diamante hasta su desembocadura en el Río de la Plata. Sigue una dirección este-sudeste y su valle comprende el Predelta y Delta del Paraná, dividiéndose en varios brazos principales y varios riachos menores que forman islas. Paisaje de los márgenes: Paisaje sin obstrucciones. Atardeceres limpios de contaminación visual desde la costa. Zonas navegables: La profundidad de la hidrovía es de entre 7,5 y 10,5 metros lo que permite circular embarcaciones de pequeño porte de uso turístico, incluso pequeños cruceros. Zonas aptas para bañarse: El área de influencia de la ciudad de Victoria es apta para bañarse cuando los niveles del río lo permiten y en zonas permitidas como lo es el balneario municipal. Puerto: se encuentra en una zona suburbana, es mayormente de uso comercial, y no turístico. Estado de conservación: Deficiente		

Nombre del atractivo: Abadía del Niño Dios		
Categoría: Folklore	Tipo: Manifestaciones religiosas y creencias populares	Jerarquía: 3
		
Ubicación: Se halla situada en las afueras de la ciudad, sobre Ruta N° 11, a 3Km. Aproximadamente del centro. Estado del acceso: Aceptable. Camino de asfalto. Se anuncia en la rotonda de acceso a la ciudad. Señalética y cartelería orientativa: Aceptable. Se encuentran señalados los horarios de culto y de venta de productos. No se encuentran señalados los lugares de acceso restringido como la zona de retiro. Servicios al visitante: Sanitarios, estacionamiento. Venta de productos típicos. Hospedería y casa de retiros. Visitas guiadas: Sí, diarias a partir de las 10 AM. Estado de conservación: Óptimo. Pintura y limpieza excelente. Características que le confieren interés turístico: Primer monasterio de monjes benedictinos asentado en Hispanoamérica. Centro de peregrinaje. Reconocida industria de productos artesanales naturales “El Monacal” principalmente derivados de la miel y licores.		

Nombre del atractivo: Cerro La matanza		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Lugares históricos	Jerarquía: 1
  		
Ubicación: Se llega saliendo de la ciudad por Ruta 11 en dirección noroeste, pasando la Abadía del Niño Dios. Estado del acceso: Deficiente. Camino de tierra mal mantenido, terrenos aledaños con malezas altas. Señalética y cartelería orientativa: Deficiente. Si bien se cuentan con carteles que describen en medida al atractivo, los mismos se encuentran en franco estado de deterioro (óxido, pintura descascarada). Servicios al visitante: Ninguno Visitas guiadas: No. Pero se suele incorporar en la visita guiada de la ciudad. Estado de conservación: Deficiente. Características que le confieren interés turístico: Escenario de una cruenta batalla entre los habitantes primitivos en resistencia a la ocupación española. También es un atractivo religioso de significativa convocatoria. (Vía Crucis)		

Nombre del atractivo: Palacio Municipal		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Lugares históricos – Obras de Arte y técnica	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Se asienta en el entrecruzamiento de las calles F. Ezpeleta y Sarmiento. Estado del acceso: Óptimo. Frente a la plaza principal, se accede por una de las arterias principales de la ciudad. Señalética y cartelera orientativa: Aceptable. Servicios al visitante: Sanitarios, pero no se encuentra abierto los fines de semana. Visitas guiadas: No. Pero se suele incorporar en la visita guiada de la ciudad para admirar su arquitectura como parte del centro cívico. Estado de conservación: Aceptable. La pintura se encuentra descascarada, marcas del paso de humedad. Aunque las molduras y demás aspectos estructurales se ven en buen estado de conservación. Características que le confieren interés turístico: Casa Municipal. Sede del Consejo Deliberante.		

Nombre del atractivo: Museo Histórico “Carlos Anadón”		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Museos	Jerarquía: 1
 		
Ubicación: Av. Congreso N° 593 Posibilidades de visita: Martes a Domingos de 8:30 a 12:30 y de 15:00 a 19:00. Calidad e importancia de la colección: Alta. Es la única muestra de la historia Victoriense. Estado de conservación: Aceptable Tarifa: A voluntad. Bonos contribución. Organización de la muestra: 8 salas que componen su estructura, incluida la cocina y el baño ambos ambientados en otras épocas. Temáticas centrales de la exposición: muestra de arqueología, colección de arte sacro, instrumentos musicales y reproductores sonoros, artillería, relojes, cámaras fotográficas, y los elementos constitutivos de la vida cotidiana en diferentes momentos históricos. Completan con una biblioteca, una galería de arte y un jardín francés en el exterior. Características que le confieren interés turístico: El Museo Histórico recorre el pasado de Victoria. El museo lleva el nombre de un escritor, investigador, defensor de la naturaleza y hombre preocupado por el resguardo del patrimonio histórico, Carlos Anadón.		

Nombre del atractivo: Museo del OVNI		
Categoría: Museos manifestaciones culturales históricas	Tipo: Museos	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Zona noreste de la ciudad, en la esquina de San Miguel y Rondeau Posibilidades de visita: De diciembre a marzo: Martes – Domingos de 10:00 a 12:30/16:00 a 19:00. De marzo a noviembre: viernes, sábados y domingos en los mismos horarios. Calidad e importancia de la colección: Buena. Estado de conservación: Aceptable Organización de la muestra: Filmaciones y fotografías de avistamiento de OVNIS. Características que le confieren interés turístico: A comienzos de la década del '90, la gran cantidad de extraños avistamientos originó que los medios de comunicación, nacionales e internacionales, se hicieran eco de los testimonios registrados por periodistas victorienses.		

Nombre del atractivo: Casona del Carnaval		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Museo	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Rawson y Presidente Perón. Posibilidades de visita: Sábados, domingos y feriados de 10:00 a 12:30 y de 14:30 a 18:00. Calidad e importancia de la colección: Buena. Vestuarios de la comparsa “Amores”, una de las más ganadoras de la ciudad. Estado de conservación: Aceptable Organización de la muestra: Trajes, tocados, espaldares, escenografías de carrozas utilizadas en la festividad del carnaval local, además de impactantes fotografías y material bibliográfico afín. Características que le confieren interés turístico: Funciona en una casona donde durante largo tiempo fueron confeccionados los vestuarios.		

Nombre del atractivo: Quinto Cuartel		
Categoría: Museos manifestaciones culturales históricas	Tipo: y Lugares históricos	Jerarquía: 2
		
Ubicación: Sudeste de la ciudad. En las inmediaciones de Bv Moreno y Bv Brown. Estado del acceso: Aceptable. Acceso por red de calles asfaltadas. Señalética y cartelera orientativa: Deficiente. En la zona de la costanera existen escasos carteles que señalan la dirección donde se encuentra este barrio. Servicios al visitante: Ninguno Visitas guiadas: No. Pero se suele incorporar en la visita guiada de la ciudad. Estado de conservación: Deficiente. Fachadas en claro estado de deterioro y abandono. Pinturas descascaradas. Características que le confieren interés turístico: Primer centro poblacional en la zona conocida como Barrio de las caleras o Quinto Cuartel. Aproximadamente en el 1800, allí llegaron los primeros habitantes, vascos y genoveses en su mayoría.		

Nombre del atractivo: Reserva ecológica “Monte de los Ombúes”		
Categoría: Sitios naturales	Tipo: Parques nacionales y reservas de flora y fauna.	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Al pie del cerro Matanza, a pocos metros de la Abadía del Niño Dios Especie que conserva: El ombú (<i>phytolaca dioica</i>) crece en forma aislada. Esta reserva (formación boscosa) es una excepción. Estado del acceso: Deficiente. Camino de tierra mal mantenido, terrenos aledaños con malezas altas. Señalética y cartelera orientativa: Deficiente. Si bien se cuentan con carteles que describen en medida al atractivo, los mismos se encuentran en franco estado de deterioro (óxido, pintura descascarada). Servicios al visitante: Ninguno Entrada: Gratuita Visitas guiadas: No. Pero se suele incorporar en la visita guiada de la ciudad. Estado de conservación: Deficiente. Características que le confieren interés turístico: Rareza ecológica. La leyenda dice que por cada indio que moría durante las luchas de la conquista, sus familiares plantaban un ombú. Así se explicaría esta congregación de la misma planta.		

Nombre del atractivo: El Viejo Molino		
Categoría: Museos manifestaciones culturales históricas	Tipo: y Lugares históricos	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Ruta 11 Km. 112,5 Estado del acceso: Aceptable. Acceso por red de calles asfaltadas. Señalética y cartelería orientativa: Deficiente. Se indica claramente el tipo de señalética propia del hotel emplazado en este sitio histórico, pero adolece de señalización relacionada con el atractivo. Servicios al visitante: Restaurante, sanitarios de uso exclusivo de los clientes del restaurante o huéspedes del hotel. Visitas guiadas: No Estado de conservación: Óptimo. El hotel construido sobre este sitio histórico intentó rescatar al máximo a nivel estructural el viejo molino. Características que le confieren interés turístico: Inaugurado como molino hidráulico en 1873. El viejo molino estuvo abandonado durante años hasta que fue recuperado y convertido en un hermoso y lujoso hotel, con el nombre de Complejo el Molino		

Nombre del atractivo: Nuvo Banco de Entre Ríos		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Lugares históricos. Obra de arte y técnica	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Esquina de Congreso y Rocampa Estado del acceso: Óptimo. Acceso por medio de una de las arterias principales de la ciudad. Señalética y cartelera orientativa: Deficiente. Al tener un nuevo uso el edificio, adolece de señalética relacionada con el atractivo. Servicios al visitante: Restaurante, sanitarios de uso exclusivo de los clientes. Visitas guiadas: No, pero suele estar integrado a la visita a la ciudad durante el recorrido del centro cívico. Estado de conservación: Óptimo. El estado de la fachada y los interiores denota haber sido refaccionada en su totalidad a nivel estructural y fachada. Características que le confieren interés turístico: En el siglo XIX se ubicó el bar de Juan Chiara. Allí Magdalena Otaño de Ezpeleta, nuera del gestor del Oratorio Salvador Joaquín Ezpeleta, hizo construir este monumental edificio para un hotel. También funcionó como la confitería “El Águila” de Escobar y Aquino. Presenta un balcón corrido único en la ciudad y un lenguaje decorativo de moderada belleza.		

Nombre del atractivo: Club Trabajo y Placer		
Categoría: Museos manifestaciones culturales históricas	Tipo: y Lugares históricos. Obra de arte y técnica	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Congreso 429 Estado del acceso: Óptimo. Acceso por medio de una de las arterias principales de la ciudad. Señalética y cartelera orientativa: Deficiente. Pizarras pintadas a mano alzada con tiza. Servicios al visitante: Restaurante (comedor típico, especializadas en pescado), sanitarios. Visitas guiadas: No. Estado de conservación: Aceptable. La fachada se encuentra en buen estado de conservación. En los interiores se denota cierto descuido. Calefacción de pantallas (peligroso) Características que le confieren interés turístico: Elegancia y proporciones justas de los componentes de su fachada. Sobresalen la balaustrada superior, la cornisa apoyada en un rito de ménsulas, las bandas horizontales.		

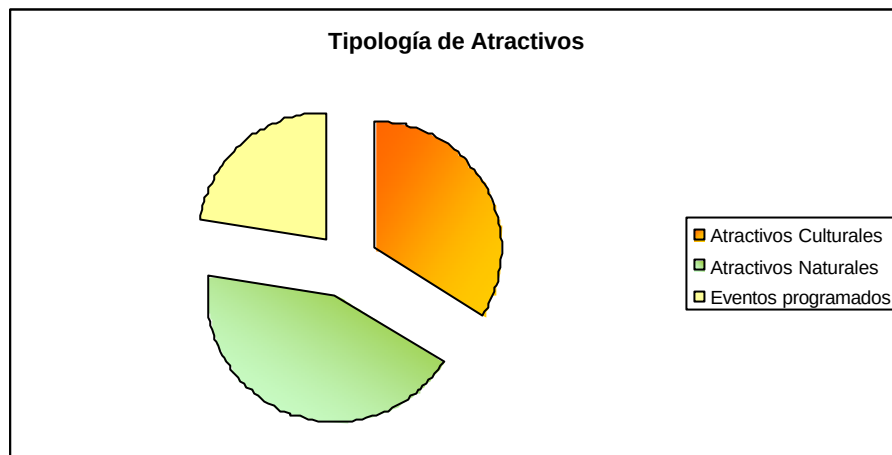
Nombre del atractivo: Club Social		
Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas	Tipo: Lugares históricos. Obra de arte y técnica	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Esquina de Congreso y Rocampa Estado del acceso: Óptimo. Acceso por medio de una de las arterias principales de la ciudad. Señalética y cartelera orientativa: Aceptable. Cuenta con placas conmemorativas, pero hay una ausencia casi total de señalización para el visitante. Servicios al visitante: Sanitarios. Visitas guiadas: No. Estado de conservación: Óptimo. La fachada se encuentra en muy buen estado de conservación. Características que le confieren interés turístico: Allí funcionó una Escuela pública. La imagen actual del Club posee una fuerte tendencia art-nouveau, de moda por los años en que se construyó. Toda la decoración exterior: puerta tallada, elegante marquesina y una imponente escalera de mármol blanco, la convierten en una joya arquitectónica.		

Nombre del atractivo: Carnaval de Victoria		
Categoría: Acontecimientos programados	Tipo: Carnavales	Jerarquía: 3
		
Ubicación: Cordódromo, zona de la Vieja estación. Fecha: Fines de semana de enero, Febrero (verano) Precio de entrada: Arancelada Visitantes: 4.000 a 10.000 personas diarias Calidad del espectáculo: Alta (atrae visitantes a nivel nacional). Uno de los de mayor trascendencia de la provincia. Causas de interés turístico: Capital provincial del carnaval desde 1970. Los carnavales en la provincia son ya un producto constituido. Esto es parte del folklore de la provincia.		

Nombre del atractivo: Festival de Jineteada y Folklore		
Categoría: Foklore	Tipo: Manifestaciones religiosas y creencias populares	Jerarquía: 1
		
Ubicación: Prado Español Fecha: Marzo Precio de entrada: Arancelada, \$ 25 entrada general Calidad del espectáculo: Media (no atrae público a nivel nacional, si del interior de la prov). Espectáculo de gran trascendencia en la zona. Convocatoria a nivel municipal. Causas de interés turístico: Evento gauchesco. Incluye actividades típicas del gaucho. Jineteada y Folclore. Nutrido programa de actividades como paseos gauchesco por la ciudad, actuación de artistas destacados. Jineteada con renombradas tropillas, duelo de jinetes, etc.		

4.1.2 Análisis de atractivos

Victoria cuenta con la potencialidad muy grande en cuanto a explotación de su materia prima turística. El peso de su atractivo radica en el entorno natural. Los atractivos dentro de esta categoría son de jerarquía suficiente para atraer tanto a turismo nacional como internacional.



Su mayor atractivo actualmente explotado es el río, el cual no sólo oficia de un entorno magnífico en cuanto a las vistas, sino también es el escenario natural de la práctica de las actividades de mayor peso en el Municipio como lo es la pesca, caza, paseos en embarcaciones, etc.

La reciente explotación del recurso termal en la ciudad hace que el Parque Temático Termal Victoria del Agua, considerado un atractivo ya constituido, se intente posicionar como una de las imágenes de la ciudad, asociada a la naturaleza.

Estos dos elementos son los esenciales para la construcción de la imagen de naturaleza.

Como complemento dentro de los atractivos naturales de la zona cabe mencionar al llamado “Monte de los ombúes”, rareza botánica rodeada de significado histórico por las historias que rondan alrededor de él. Este atractivo complementa la oferta de atractivos naturales, pero tiene un aspecto de descuido tanto en su delimitación, como en la señalética. La misma se encuentra corroída por el óxido, haciendo casi ilegible su leyenda. En las inmediaciones de este atractivo se observan terrenos baldíos con malezas altas que opacan el entorno.

Una de las variantes del turismo en la naturaleza, según Roberto Boullón, es el turismo rural. En el viejo continente existen dos variantes alojamiento rural y turismo rural. Esta variante de turismo en Victoria se concentra en unos pocos establecimientos en los cuales el visitante no sólo se limita a observar la naturaleza,

sino que también puede verse familiarizado con las técnicas productivas y formas particulares de vida en el campo. Se podrá ver más adelante en el análisis de la estructura de alojamiento extrahotelero que existen 76 plazas hoteleras en alojamiento rural (cascos de estancia y casas de campo). Existen nuevos emprendimientos que intentan revitalizar la producción vitivinícola victoriense y que esto sea un atractivo, dado que los visitantes no esperan encontrar viñedos en Entre Ríos. El desafío en esta modalidad de turismo, en un Municipio donde su más rentable actividad económica es la producción agropecuaria, es adecuar los establecimientos a una doble modalidad de explotación y sucesivas capacitaciones al personal de contacto para que la actividad sea un éxito en cuanto a satisfacción del visitante.

El atractivo cultural de Victoria, si bien no es un atractivo de peso que justifique el movimiento turístico de masas, es un complemento que permite a Victoria tener una gama de productos turísticos diversificados para satisfacer la demanda de diferentes perfiles de turistas y/o excursionistas.

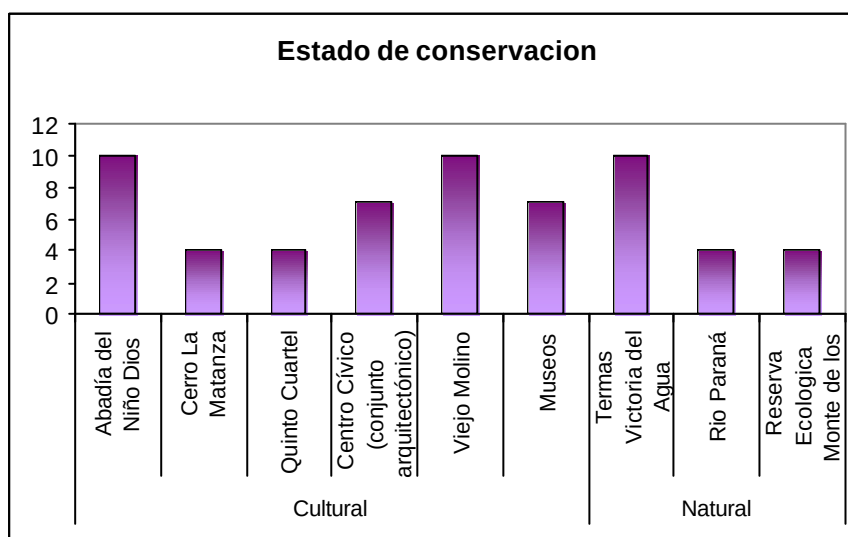
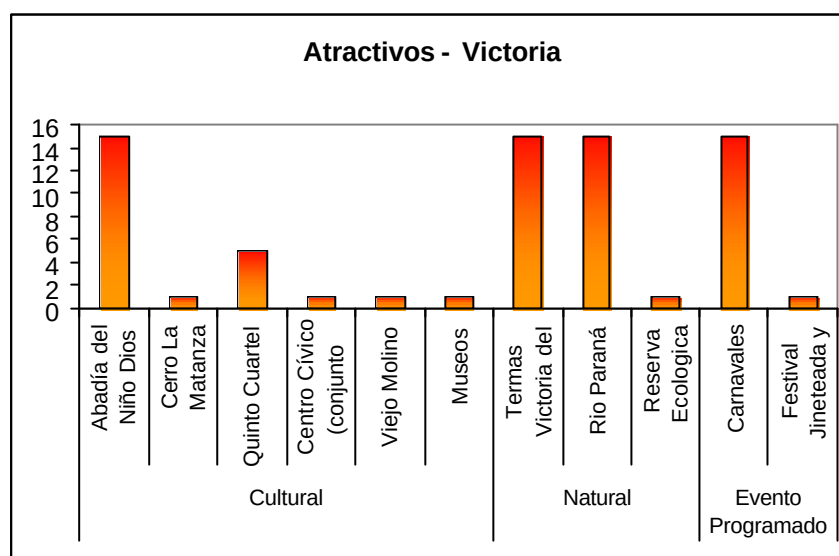
La asociación de la historia de la ciudad y los elementos arquitectónicos diferenciadores de las diferentes zonas del espacio urbano la hacen conocida a la ciudad, hace ya muchos años como la “Ciudad de las Rejas”.

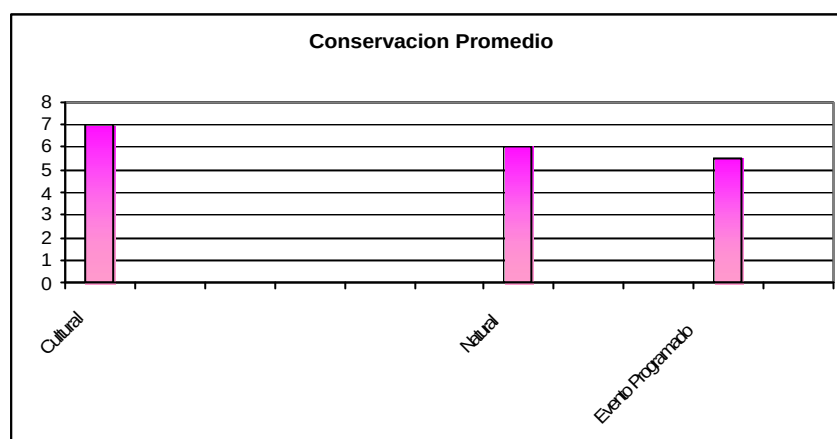


Dentro de los atractivos culturales de mayor importancia, cabe mencionar otro de los atractivos turísticos de gran relevancia de la ciudad, la Abadía del niño Dios, el cual es un atractivo que no se puede eludir, dado que visitantes de todas partes del país son recibidos año a año para conocerla. Muchos incluso, movilizados por su fe, son acogidos dentro de las puertas de la abadía para realizar retiros espirituales. Es uno

de los lugares más familiarizados con la industria de la hospitalidad. Cuentan con guías propios y tienen visitas turísticas diarias organizadas. El trato es amable y respetuoso. La abadía tiene unos amplios jardines ornamentados que rodean el estacionamiento.

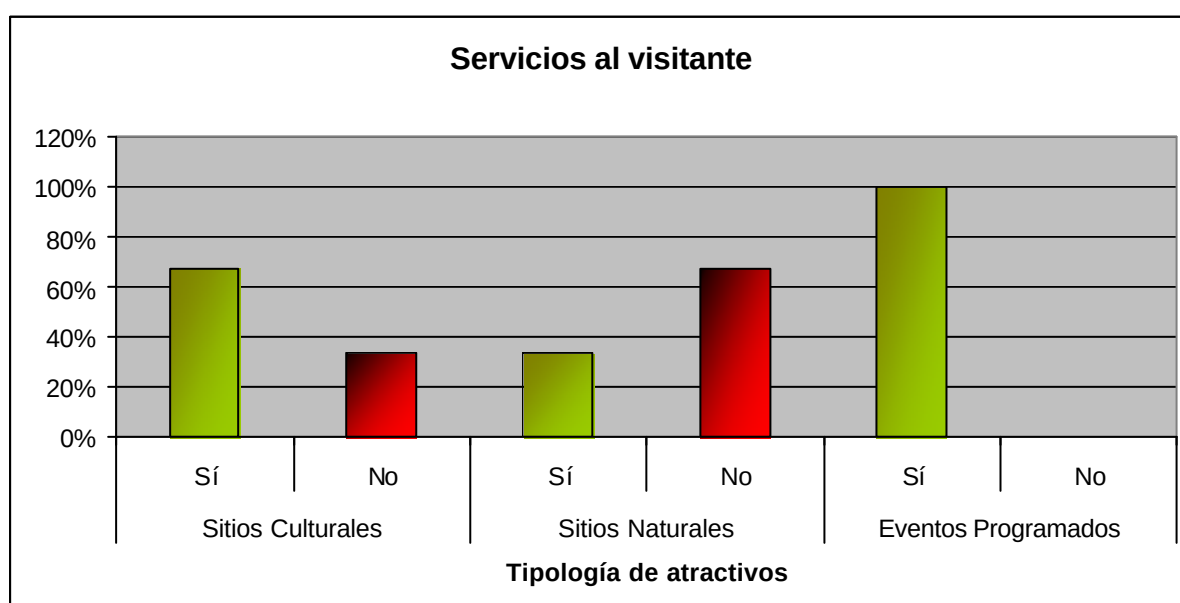
Lo observable infiere que el peso del atractivo de Victoria radica en la naturaleza. Pero en coincidencia con los informantes claves consultados, se ve que dada la jerarquía del patrimonio cultural (histórico-arquitectónico) se justifica la integración a circuitos para su revalorización. Como así la también la restauración de ciertos atractivos de jerarquía en el Municipio.





Uno de las variables que se contemplaron al evaluar el estado de los atractivos turísticos del Municipio fue la existencia o inexistencia de servicios al visitante. Para un mejor entendimiento se agruparon los mismos según la tipología de atractivos. Las áreas de acción fueron dispuestas en rojo. Y son las zonas donde se detectaron falencias con respecto a los servicios al visitante. Se tuvieron en cuenta como servicios al visitante a los sanitarios, escritorios de información, tiendas o puestos de venta de souvenir, etc.

Dentro de los sitios de interés cultural que no cuentan con ningún tipo de servicio al visitante hemos detectado dos aéreas: El Quinto Cuartel y el la zona del Cerro La Matanza. Esto fue reafirmado por los informantes claves consultados quienes coincidieron en éstas como las zonas que requieren de mejoras.



Ocurrió de la misma forma con respecto al área natural Monte de los Ombúes, cercano al Cerro La Matanza, área de conflicto mencionada. Dada la jerarquía del

atractivo natural que corresponde el Río, el que no existan servicios al visitante en esa área se considera de gravedad.

4.2. Análisis de entrevistas

A través de estas entrevistas se intentó explorar y describir el tema de estudio, y detectar posibles problemáticas del sistema turístico del Municipio de Victoria. Se planteó como objetivo conocer la relevancia de la actividad turística en la ciudad, explorar los conocimientos de los entrevistados con respecto a la demanda, los proyectos actuales, legislación, planificación, detección de posibles problemas de la actividad, impactos sobre la población local, estado del equipamiento, instalaciones e infraestructura.

Se realizaron seis entrevistas en total, para las dos primeras se utilizaron guías de ejes temáticos o preguntas orientadoras similares, pero diseñadas cada uno de ellas para cada uno de los entrevistados. Para las últimas cuatro se utilizó el mismo cuestionario modelo, aunque al ser entrevistas del tipo semiestructuradas, se permitió la introducción de nuevas preguntas que surgieron de la propia conversación con los informantes claves.

Los cuestionarios modelos para cada uno de los siguientes entrevistados se encuentran disponibles en el apartado 2.4. Las entrevistas completas se encuentran incluidas en los anexos de este trabajo.

Informantes clave:

- ❖ Claudio Acosta
- ❖ Martín (repcionista)
- ❖ Silvia Heinzenknecht
- ❖ Ricardo Núñez
- ❖ Lucas Dietz
- ❖ Martín Lima

Entrevista 1

La primera entrevista fue realizada a Claudio Acosta, periodista y estudiante de la carrera de turismo en la ciudad de Victoria. Informante turístico pasante en las oficinas de ENVITUR al momento del primer contacto con él. Este primer encuentro fue casual e informal. Luego fue contactado telefónicamente para pautar un

encuentro con anticipación. El lugar fue propuesto por el entrevistado, en uno de los bares ubicados enfrente de la plaza principal, en la ciudad de Victoria. El lenguaje utilizado fue de tipo informal.

El primer punto consultado al entrevistado hace referencia a la relevancia de la actividad turística a lo que entiende que es una actividad de gran importancia, que se viene gestando hace mucho, pero ahora se pueden ver los cambios más importantes.

El segundo punto hizo referencia a la demanda, la cual el entrevistado considera que actualmente no se encuentra satisfecha. Percibe que los “esfuerzos privados están acompañando el crecimiento de la demanda”. Considera que habrá un cambio en la demanda, que la misma “se alojará más noches y por ende va a gastar más en la ciudad” fruto de la apertura del parque temático termal.

El tercer tema abordado fue el de planes y proyectos. Y el entrevistado acusa al Estado de obstáculo. Fruto de la burocracia y la falta de presupuesto. También sugiere el Municipio incurre en un error al fusionar el área del turismo al área deporte cuando sería más conveniente que estuviese asociada al área cultural.

Al consultar acerca de las ventajas que posee la ciudad en materia de turismo se hizo alusión a los siguientes como elementos ventajosos de la ciudad: Ubicación estratégica con respecto a los principales centros urbanos del país; el Carnaval, que considera que ha perdido empuje por una mala administración municipal; el Casino, que hoy se ve amenazado por la apertura de la competencia del City Center en la ciudad de Rosario; y lo que considera el “ángel salvador”, las termas.

Cuando se hizo alusión a los atractivos que necesitan una revalorización para su aprovechamiento turístico se mencionaron “los lugares históricos, edificios, casonas, los clubes sociales y el Quinto Cuartel, prácticamente origen de la ciudad”

Se consultó la opinión del entrevistado en relación a la legislación, a lo que el entrevistado caracterizó como “contemplativa [...] dejando mucho libre a la imaginación”

Cuando el entrevistador se refirió a las instalaciones de la ciudad que facilitan la realización de actividades turísticas el entrevistado las calificó de insuficientes y sugirió que el área de la costanera contase con baños químicos y el embellecimiento de los miradores de esa misma área.

El entrevistado, al referirse a la infraestructura, premió la extensión del sistema cloacal y enfatizó la carencia de nosocomios de alta complejidad. Los dos centros asistenciales locales no son suficientes aún ni para la población local.

En cuanto a la apreciación del entrevistado de los efectos de los visitantes sobre la población local, el mismo cree que “los han recibido positivamente [...] Muchos vecinos se vieron afectados por la cantidad de gente a penas se abrió el puente, y apenas abrió el casino, pero ahora se estabilizó, pero en su momento la cantidad de gente fue polémica [...] Muchos opinan que nosotros deberíamos cambiar nuestros hábitos de siesta para poder atender al turista, pero para mi, la siesta es un atractivo más, la gente viene a Victoria a descansar”

Los impactos percibidos por el entrevistado cuando se consultó por ellos fueron: “los precios, si bien en la gastronomía se mantuvo siempre igual. [...] en lo que es el ámbito inmobiliario, los alquileres subieron un 40% (apreciación personal del entrevistado, de lo que no se encontraron fuentes confiables para corroborar este índice), y esto va de la mano con la cantidad de casas que hoy están a modo de alquiler temporario para turistas. Prefieren (los propietarios) alquilar las casas a un mayor costo temporalmente que a los pobladores de Victoria. A su vez, los terrenos se fueron a las nubes por la especulación, y el aumento de inversiones para la construcción de complejos de cabañas”. También expone como un impacto, pero en este caso como positivo la creación de orientaciones en turismo en los institutos educativos.

El entrevistado propone una mayor oferta cultural y la difusión a las actividades culturales de la ciudad como también cursos de capacitación para los habitantes, para animarlos a participar de la actividad turística.

Entrevista 2

La segunda entrevista fue realizada a Martín, recepcionista del hotel América, analista de sistemas y estudiante del profesorado de psicología. El primer encuentro con Martín se realizó telefónicamente a raíz del pedido de reserva de alojamiento en el hotel donde desempeña tareas. Allí se acordó la posibilidad de un segundo encuentro, personal, programado y consensuado para tratar el tema con mayor profundidad. El encuentro se acordó con una antelación de 3 días, en su lugar de trabajo, dentro de su horario laboral. Dadas algunas interrupciones durante el encuentro, se tuvo que cortar la charla varias veces, pero esto no obstaculizó tocar

todos los temas que se habían planteado como objetivo. El entrevistado se encuentra formándose en una carrera que permite enriquecer la charla desde su formación. A su vez se encuentra en permanente contacto con turistas dado su puesto de trabajo.

En la apreciación del entrevistado, al referirse a la demanda, considera a la actual como importante. Y brinda un relato que se refiere a lo que llama secuencia cíclica del turismo en Victoria. Alude que las inversiones surgen a partir de cada boom turístico (Puente/Casino) pero que no existe planificación, no se prevé ante los cambios que avecinan como las termas.

El entrevistado se encuentra en permanente contacto con visitantes de la ciudad y cuando se le consultó sobre ellos, manifestó creer que ellos no se van satisfechos a razón de las creadas de Victoria. Cree que la ciudad no tiene nada para hacer (actividades recreativas en la ciudad) lo que implica que los visitantes se aburran.

Al igual que el resto de los entrevistados coincidió con que algunas de las ventajas que posee la ciudad son la tranquilidad y la seguridad.

Se indagó sobre los posibles efectos del turismo sobre la población local, a lo que el entrevistado dijo que “los que están fuera del rubro son indiferentes, a excepción de cuando se abrió el puente que creo que todos querían salir a echar gente con una escopeta”.

Cuando se le consultó sobre la administración pública con respecto al turismo afirmó que “hay gente altamente capacitada, [...] pero el presupuesto limita la acción de los que están ahí”

Entrevista 3

La tercera entrevista se realizó a la Coordinadora de la Oficina de Turismo Municipal de Victoria, Silvia Heinzenknecht. La entrevistada representa la máxima autoridad de la oficina municipal de turismo. La entrevista se pautó con anticipación telefónicamente y la entrevistada solicitó tener de antemano el cuestionario modelo, el cual se le facilitó por correo electrónico con tres días de anticipación. El lugar del encuentro fue la oficina de la entrevistada, la cual estaba en refacción. La entrevista transcurrió en presencia de otros colaboradores de la oficina que no se identificaron. El tipo de lenguaje fue coloquial, esto surgió por la amabilidad y forma en que se brindó la entrevistada. La información se registró mediante la grabación y toma de notas simultáneas bajo la autorización de la entrevistada.

La primera pregunta se refirió a la importancia de la actividad turística en el Municipio y la entrevistada se refirió a que la misma representa un aporte económico muy importante para el Municipio, después de la actividad agrícola ganadera. Y manifiesta el gran crecimiento observable a partir del año 2003.

En la segunda pregunta, en la cual se le hace referencia a lo atractivos que considera deberían tener una puesta en valor, hace referencia al Cerro de la Matanza y el Quinto Cuartel.

Luego a pesar de haberse hecho una pregunta con una temática diferente, en su discurso hace referencia a la falta de señalética turística en el Municipio y la carencia de presupuesto asignado al área de cultura para la programación de actividades culturales.

Cuando se le consulto acerca de las actividades que considera de mayor importancia para el Municipio, la entrevistada hizo referencia al termalismo, a la práctica de juegos de azar y las actividades ligadas con la naturaleza como la pesca. Cuando se le consulta a la coordinadora de turismo acerca de cómo cree que se vio afectada la comunidad local a partir de la llegada del turismo a la ciudad responde: “nos sentíamos muy invadidos; me involucro porque creo que nos pasó a todos. Sobre todo a la gente grande. Victoria es muy conservadora. Somos muy conservadores y cuidamos mucho lo que es nuestro, no nos gusta que venga gente de afuera [...] Y ahora, hoy por hoy esa gente ha invertido en Victoria, y ha invertido en proyectos turísticos. O sea que está cree en Victoria turísticamente. Hace referencia a un proceso de cambio de mentalidad, recibiendo al turismo como algo positivo para la ciudad y una posibilidad de inversión, incentivados por el movimiento que perciben.

Se le consultó a la entrevistada acerca de la importancia del registro de visitantes e hizo mención a una lista que elaboran con algunos datos como lugar de procedencia y tipo de alojamiento utilizado en los casos de los que se hospedan.

Al consultarle su opinión acerca de las instalaciones, equipamiento e infraestructura, la entrevistada arrojó ciertas problemáticas a las que cree que se deberá enfrentar Victoria en el corto plazo:

- Falta de equipamiento de alojamiento fruto de la apertura de las termas y el crecimiento de la demanda.
- Falta de transporte público que se corresponda con esa demanda.

- Sugiere ciertos ajustes en la atención gastronómica.

La entrevistada ante la consulta la existencia de algún plan de desarrollo turístico previo, hizo referencia al desconocimiento de ello.

En cuanto a la relación que mantiene el Municipio con las organizaciones privadas y prestadoras de servicios independientes, la entrevistada afirma que siempre han intentado tener una buena relación y de trabajar en conjunto, aunque siempre hay que limar asperezas como en cualquier relación.

Entrevista 4

La cuarta entrevista se realizó a uno de los prestadores de servicio más antiguos de la ciudad de Victoria, el Sr. Ricardo Núñez (Chulengo) quien se desempeñó como coordinador de turismo municipal en la gestión anterior a Silvia Heinzenknecht. La entrevista se pautó con anticipación telefónicamente. El lugar de la entrevista surgió espontáneamente al mismo tiempo que se realizaba un paseo en una de las camionetas 4x4 que posee el empresario utilizada para las actividades que ofrece su empresa. El tipo de lenguaje fue coloquial, esto surgió de la flexibilidad y espontaneidad del entrevistado. La información se registró mediante la grabación, toma de fotografías y notas simultáneas bajo la autorización del entrevistado.

La primer pregunta se improvisó en el momento para romper el hielo y familiarizar al investigador con la empresa del entrevistado, quien relata una breve historia de su empresa y fruto de inspiración de la misma: “en nuestras islas, 360 mil ha de islas vírgenes, naturaleza, pesca y entonces ya empecé a hablar de turismo acá en Victoria y me empezaron a mirar raro”. En el mismo relato se refiere al tipo de mercado al que atiende principalmente, siento éste el mercado internacional “durante los meses de mayo, junio, julio que se abre la temporada de caza menor de plumas (pato, perdiz, paloma).”

En la segunda pregunta se le consulto cuales eran las actividades que ofrece su empresa a lo que respondió: “Caza menor con turismo internacional (americano y europeo), no para turismo local. La pesca, el safari fotográfico, supervivencia (pesca con chuza) y travesías. En ese momento hace referencia a una problemática que se enfrenta a su actividad:

- La pesca comercial fruto de la llegada de los frigoríficos a la ciudad.

En la cuarta pregunta se le consultó cual consideraba que era el impacto del pescador deportivo, a lo que se refirió a este como menor. Y da una propuesta interesante:

- Insertar al pescador de subsistencia, que “vive cada vez con menos dignidad, no tienen canoa, no tienen tejido, no tienen casa, no tienen nada” a programas emanados desde el Municipio asociados al turismo, realizando actividades como las que él hace para elevar su calidad de vida.

En la quinta pregunta se consultó cual apreciaba él que era la relación entre la Oficina Municipal de Turismo, a lo que el entrevistado respondió: “no existe una relación verdadera. Si existiera una verdadera relación estaríamos en choque permanente. No existe. El sector privado conformado no existe, es simplemente una sigla.”

La sexta pregunta se refirió a las instalaciones, que son de vital importancia para el desarrollo de las actividades que ofrece el empresario, a lo que manifestó que:

- El puerto se encuentra destrozado y no le dan la oportunidad a él como prestador privado de repararlo y administrarlo.

En la séptima pregunta se le consultó su opinión con respecto al equipamiento de alojamiento y restauración a lo que el entrevistado dio a entender que al crecimiento de la demanda a partir de las termas, no existirá alojamiento suficiente que pueda cubrir esa demanda.

Se le consultó acerca de las actividades de mayor importancia, e hizo referencia a las actividades ligadas a la naturaleza y al aire libre.

En relación a las termas, el entrevistado ve la apertura de las termas como algo sumamente beneficioso para su negocio.

Cuando se le consulta más adelante sobre como aprecia que se vio afectada la comunidad local por el turismo al igual que Silvia H, hace referencia a un cambio de mentalidad en los últimos años. Y resalta a la actividad como:

- Beneficiosa como fuente de trabajo.

Y arroja la problemática de:

- Falta de mano de obra calificada disponible para la construcción ante la cantidad de nuevos proyectos.

Al entenderse como un actor clave de la actividad, se le consultó qué propuestas consideraba beneficiosas, a lo que sugirió:

- Relevamiento de especies depredadas.

Entrevista 5

La quinta entrevista se realizó al dueño del Hotel América, categorizado como dos estrellas el Sr. Lucas Dietz. La entrevista se pautó con unas pocas horas de anticipación. El lugar de encuentro fue el mismo desayuno del hotel. El tipo de lenguaje fue coloquial, ya que existieron varios encuentros anteriores con el entrevistado, ya que para cada una de las visitas a la ciudad se eligió su hotel. El tipo de registro de la información se dio mediante la grabación y toma de notas simultáneas bajo la autorización del entrevistado.

La primera pregunta se refirió a la relevancia de la actividad turística, pero el entrevistado respondió haciendo referencia a los rasgos característicos de la ciudad que hacen que el visitante opte por este destino y no otro: tranquilidad y seguridad.

La segunda pregunta infirió qué lo impulsó a invertir en un emprendimiento turístico, a lo que el entrevistado respondió que apuesta a la ciudad y que era el lugar donde quería criar a sus hijos.

La tercer pregunta indagó los atractivos que el entrevistado considera que necesita una puesta en valor. El entrevistado mencionó:

- Revalorizar la historia, la arquitectura y las rejías.

La cuarta pregunta hizo referencia a las actividades consideradas de mayor importancia. Lucas D. considera que las actividades ligadas a la naturaleza y el aire libre son las de mayor relevancia (pesca, días de campo y termalismo)

La quinta pregunta indagó el estado de las instalaciones, a lo que el entrevistado hizo alusión a:

- Inexistencia de sanitarios en la zona de la costanera para los pescadores o visitantes que se acercan al balneario.

La sexta pregunta, avocada al equipamiento de alojamiento y restauración, el entrevistado manifiesta que éste crece paulatinamente a medida que la demanda lo exige. Se cuenta que mayor capacidad hotelera y más variedad gastronómica.

La séptima pregunta indagó las posibles problemáticas a las que se enfrenta el sistema, y el entrevistado sugiere mejores servicios municipales que solucionen:

- Problemas como la limpieza en la ciudad, la recolección de residuos, los perros callejeros y el desmalezamiento de terrenos.

La octava pregunta consultó las potencialidades de Victoria y el entrevistado responde que la principal potencialidad es el carisma de la gente.

La novena pregunta infirió los posibles impactos en la población local fruto de la actividad turística, a lo que el entrevistado respondió: “Creo que todo crecimiento tiene su efecto positivo y su efecto negativo, pero creo que el crecimiento de Victoria ha generado más empleo y esto es beneficioso.”

La última pregunta se refirió a como percibe la relación entre organizaciones privadas y la Municipalidad, y el entrevistado respondió: “por ejemplo que en tema de ENVITUR trataron de trabajar juntos y yo no veo tantos cambios”

Entrevista 6

La sexta entrevista se realizó al licenciado Martín Lima, actual tesorero y miembro de la comisión directiva de ENVITUR (Ente Victoriense de Turismo). La entrevista surgió de la búsqueda de un informante clave dentro de la organización ENVITUR. El encuentro lo coordinó la Sra. Diana Lima, el día anterior con un día de anticipación de manera telefónica. El encuentro se llevó a cabo en la casa de la familia Lima. El tipo de lenguaje fue coloquial. El tipo de registro de la información se dio mediante la grabación y toma de notas simultáneas bajo la autorización del entrevistado.

La primera pregunta del encuentro se refirió al cargo y el rol que desempeña dentro de ENVITUR el entrevistado. El mismo es parte de la comisión directiva, compartida por tres miembros más. Oficialmente su cargo es de tesorero, pero entre sus funciones se pueden mencionar la generación de nuevas iniciativas y actividades que luego son transferidas a una comisión más amplia de ENVITUR, que se reúne con menos asiduidad, para la aprobación de las mismas.

En una segunda pregunta se consultó el conocimiento del entrevistado de un plan de desarrollo turístico de la ciudad. El mismo manifestó no estar al corriente de la existencia de un plan y da luz a una problemática relacionada con la superestructura. El entrevistado está familiarizado con los conceptos de sistema turístico y hace referencia a lo que comprende como superestructura. Comprende que:

- Victoria adolece de un sistema de planificación acorde a su ritmo de crecimiento turístico.

La tercera y la quinta pregunta se refirió a qué efecto identificó el entrevistado en la población local a partir del turismo en el Municipio. El entrevistado coincidió con los demás informantes consultados al opinar que existieron ciertas incoordinaciones a partir del crecimiento espontáneo del turismo en Victoria que hicieron que ciertos sectores se vieran molestos con el exceso de turistas. Hace referencia a la capacidad de carga de la ciudad de Victoria y un exceso, pero no se registraron estudios de capacidad de carga en el destino. También comentó que a partir de la apertura del puente existió:

- Un intercambio cultural interesante entre Victoria y una ciudad tan rica como Rosario.

La cuarta pregunta se refirió a los atractivos que el entrevistado considera que necesitan una puesta en valor, a lo que sugirió:

- Fomentar la parte cultura. Comentó que existen ciertos esfuerzos aislados de actividades culturales que no se ven concretadas con éxito.

La sexta pregunta referida al equipamiento, el entrevistado afirmó que la apertura del puente incentivó un importante desarrollo de emprendimientos de tipo hotelero, gastronómico y recreativo; y menciona algunos hitos como el hotel Sol, el Casino, el complejo El Molino y el parque termal. Muchísima gente que tenía un ahorro lo destinó a la construcción de cabañas y bungalow, etc. El entrevistado destaca la existencia una oferta de alojamiento más diversificada. En cuanto a la oferta gastronómica, también afirma que hay tres lugares donde se puede disfrutar de una gastronomía al nivel de Buenos Aires o Rosario.

La séptima pregunta relacionada con la legislación que rige a la hotelería y su cumplimiento, el entrevistado manifestó que:

- “La ley que homologaba anteriormente es una ley que está totalmente obsoleta [...] y el gobierno, conciente de que esa ley está obsoleta, nunca la hizo cumplir. Ahora ante la nueva ley de turismo provincial, la cual ya se encuentra aprobada todo va a cambiar. Sólo que falta la reglamentación”

Al consultarse las consideradas las principales actividades, el entrevistado consideró que las “actividades que partiendo de los atractivos y las características intrínsecas del lugar acá hay: pesca, actividades náuticas, avistaje”. Sugirió regulación de estas actividades y controles al pescador para el cuidado del recurso natural en buenas condiciones.

Cuando se le consultó acerca de cuales consideraba las problemáticas principales a las que creía que se enfrenta Victoria como centro turístico en la novena pregunta de la entrevista. El entrevistado remarcó que:

- Es fundamental el papel del sector público en la planificación mediante la discusión abierta con los diferentes actores del sector privado, instituciones culturales, agrupaciones de toda índole, emprendimientos, etc., como ENVITUR mismo.

En la décima y última pregunta del cuestionario se indagó acerca de cómo percibía el entrevistado la relación entre el sector público y privado, desde su perspectiva como miembro de ENVITUR. El entrevistado hizo referencia a las acciones realizadas en el año 2009.

- Se inició “un camino de desarrollo de relaciones entre la Municipalidad y el ente” mediante la firma de un convenio general con ciertos lineamientos muy generales que luego se tradujeron en varias iniciativas que se tradujeron en la firma de convenios específicos. “ENVITUR siempre se pone en el lugar de puente, entre la Municipalidad y las diferentes instituciones, ya sean culturales o empresas privadas o lo que sea.”

Habla de una descoordinación y desarticulación entre los diferentes actores y afirma que

- “Le cuesta al sector público [...] ser conciente de los beneficios que el turismo. Si está bien desarrollado y organizado, puede generar para una comunidad en general y el Municipio en particular a través del aumento de ingresos públicos para poder después desarrollar programas sociales o lo que sea. Es como que esa rueda ellos todavía no la manejan.”

4.3. Relevamiento de la demanda

4.3.1. Análisis de encuestas a visitantes.

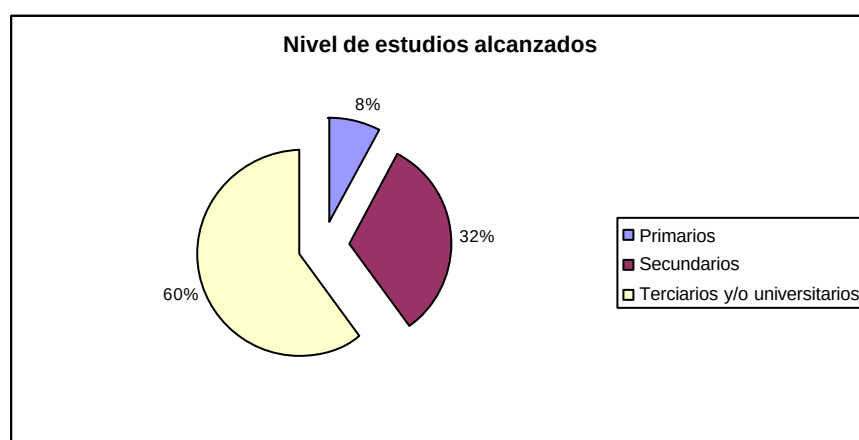
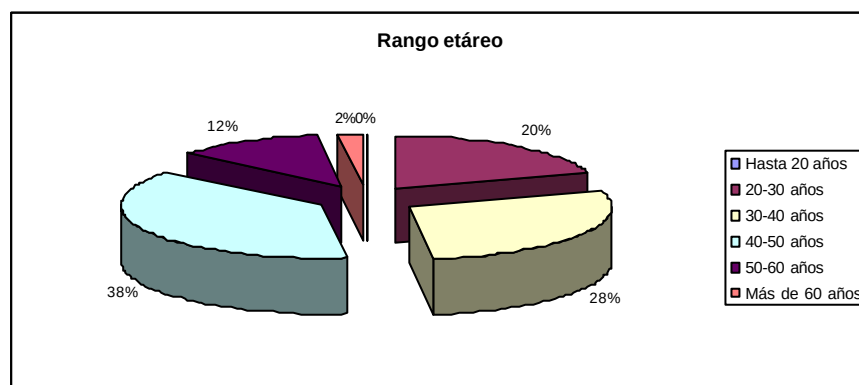
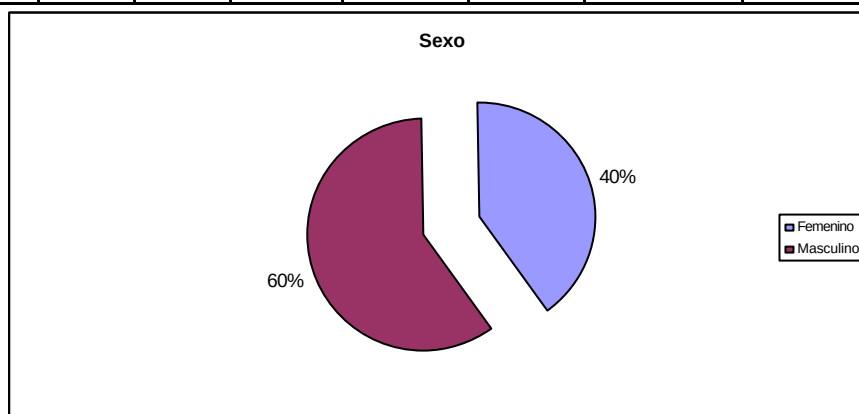
De la salida a campo que se realizó para la recolección de información de primera mano por parte de los visitantes (turistas y/o excursionistas) que se consultaron en la ciudad de Victoria, se desprende el siguiente análisis que pretende la elaboración del perfil de la demanda de servicios turísticos en la ciudad de Victoria. Las mismas se realizaron durante los fines de semana del mes de diciembre y enero 2010.

Los lugares desde donde se recogieron las opiniones de los encuestados fueron elegidos por ser los más concurridos ellos. Estos lugares fueron: El estacionamiento

de la Abadía del Niño Dios, la entrada de la Oficina de turismo ubicada a la entrada de la ciudad, en la plaza principal de la ciudad, y en la costanera en las inmediaciones del Casino.

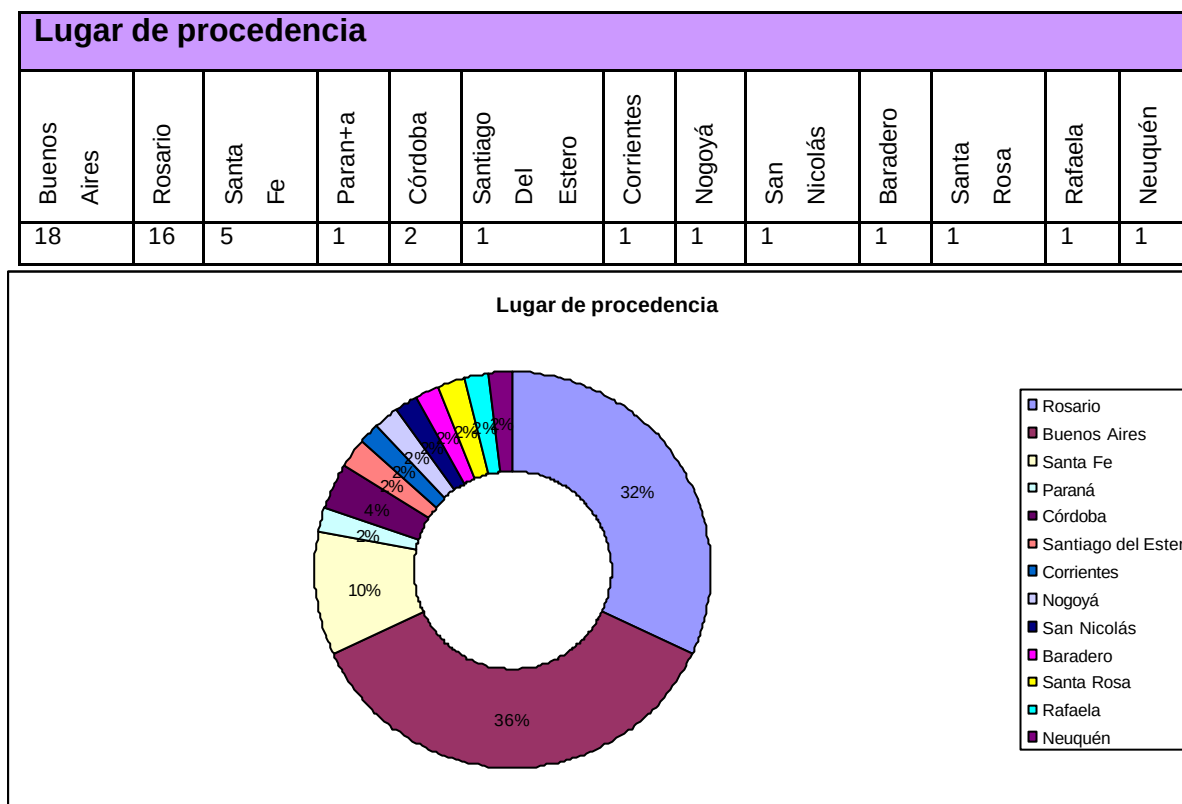
Conocer el perfil de la demanda efectiva actual

Sexo		Grupo etáreo						Nivel de estudios alcanzados		
M	F	Hasta 20 años	20-30 años	30-40 años	40-50 años	50-60 años	Más de 60 años	Primarios	Secundarios	Terciarios y/o universitarios
30	20	0	10	14	19	6	1	4	16	30



Como se puede apreciar en los tres últimos gráficos, la muestra analizada es un 40% de sexo masculino; en su mayoría adultos de entre 40 y 50 años con la

escolaridad obligatoria completa. Alcanza un 60% la formación terciaria y/o universitaria, lo que habla de un elevado nivel de instrucción formal de los visitantes de la ciudad.

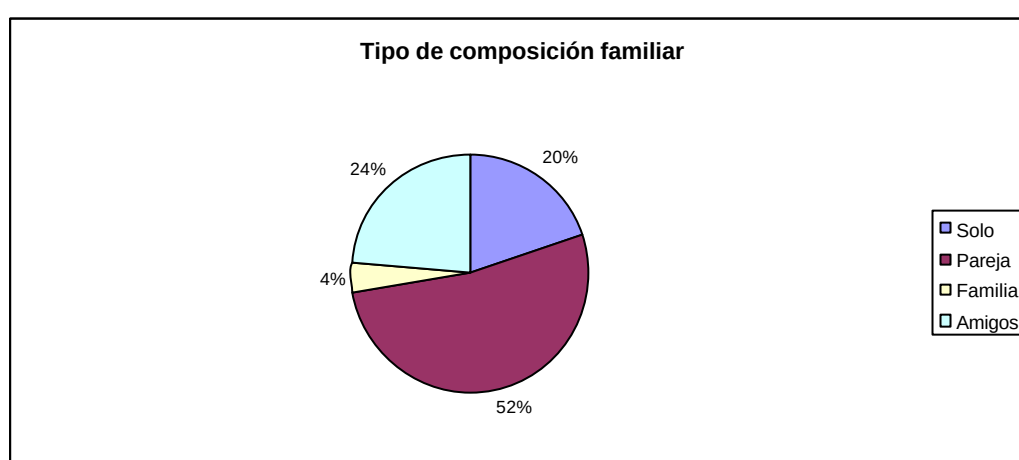


De los consultados, como se puede ver en el gráfico anterior proceden en su mayoría de Buenos Aires (38%) y Rosario (32%). No resulta esto casual, dada la cercanía de estos dos polos urbanos de relevancia a nivel nacional respecto del objeto de estudio. La ciudad de Rosario dista a sólo una hora de viaje, y la ciudad de Buenos Aires a cuatro. Estos dos centros emisores de visitantes son los dos principales objetivos de la ciudad de Victoria en materia de promoción. En tercer lugar, pero no por ello menos importante el siguiente centro emisor es encabezado por la ciudad de Santa Fe, perteneciente a la provincia de Santa Fe, ciudad que se encuentra conectada a Entre Ríos por el túnel subfluvial que la enlaza con la capital de provincial, Paraná. En cuarto lugar se debe mencionar a la ciudad de Córdoba, corazón del país, y una de las capitales mejor conectada a nivel vial. Luego se puede apreciar en menor medida (2% en cada caso) visitantes provenientes de Paraná, Santiago del Estero, Corrientes, Nogoyá, San Nicolás, Baradero, Santa Rosa, Rafaela y Neuquén.

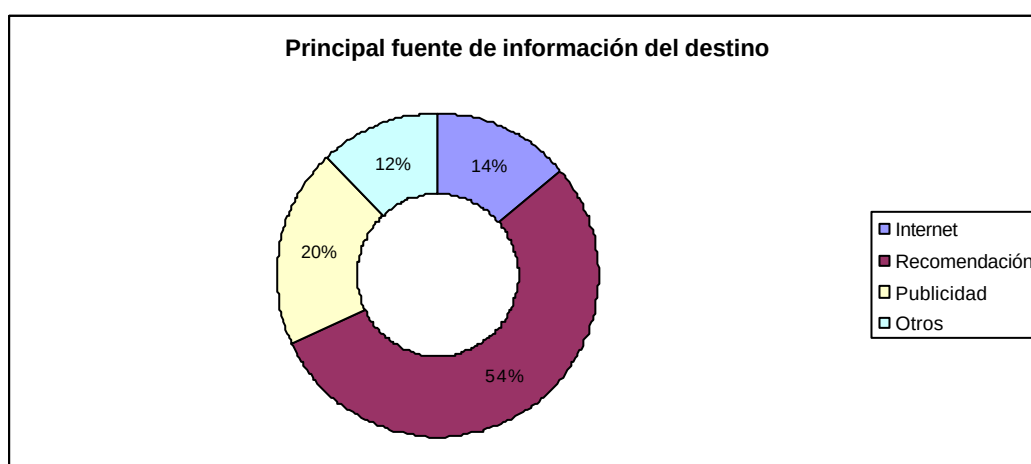
A continuación, en el siguiente gráfico, se puede reflexionar acerca del tipo de composición familiar que tiende a visitar la ciudad de Victoria. Un 52% de los

visitantes se encontraban acompañados por sus parejas. En segundo lugar, un 24% de los consultados viajaban con amigos. Un 20% de los encuestados, se acercaron a la ciudad sin compañía más que la de ellos mismos para el goce de la oferta de la ciudad. Luego un 4%, echando por tierra los presupuestos del entrevistador, se han convocado a visitar la ciudad de Victoria acompañados de su familia.

Composición familiar de viaje			
Solo	En Pareja	En Familia	Con Amigos
10	25	2	12



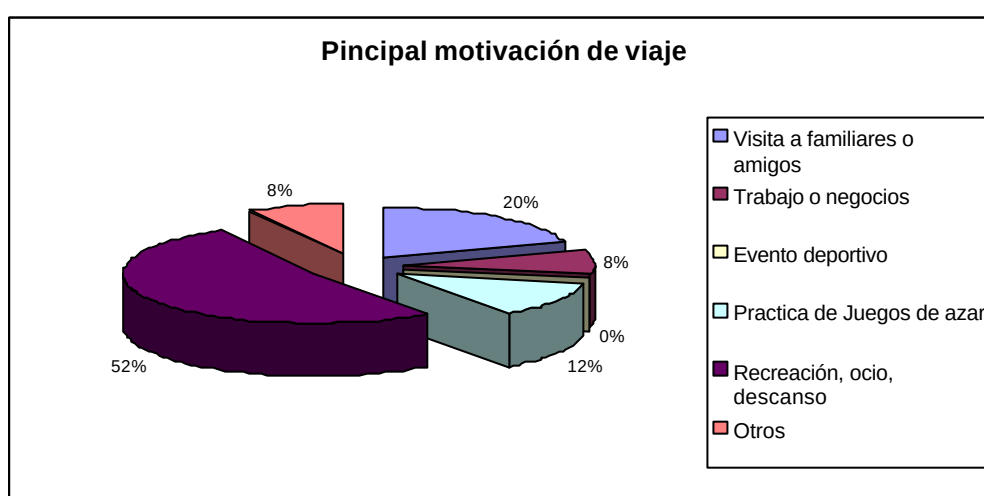
Principal fuente de información del destino			
Internet	Recomendación	Publicidad	Otros
7	27	10	6



La principal fuente de información del destino resultó ser con un 54% de coincidencia entre los consultados, la recomendación por parte de familiares,

amigos, u otra persona, lo que habla de una buena referencia de la ciudad, que se promueve bien a si misma por medio del boca en boca y la buena experiencia del visitante quien da a conocer la ciudad a través de su propia experiencia.

Principal motivación de viaje					
Visita a familiares o amigos	Trabajo o negocios	Evento deportivo	Practica de juegos de azar	Recreación, ocio, descanso	Otros
10	4	0	6	26	4



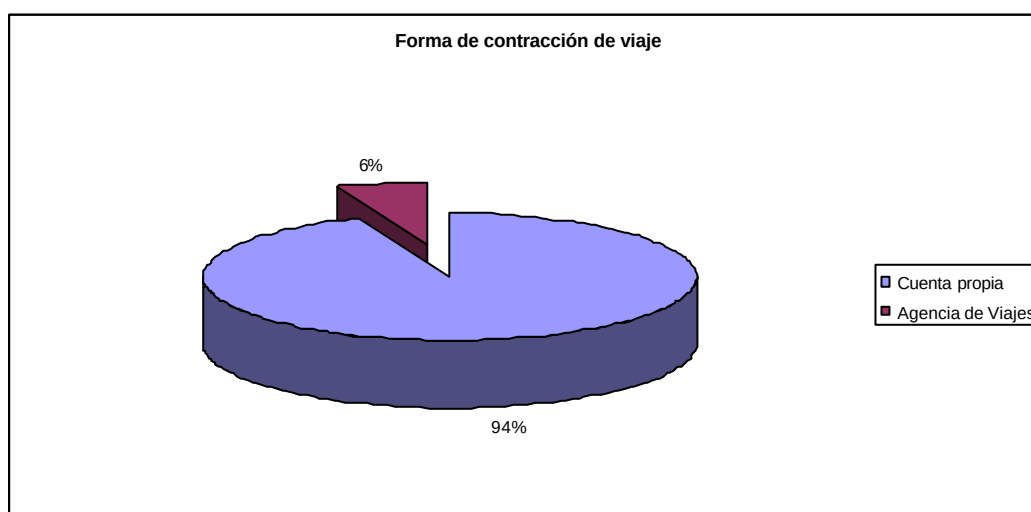
Como se aprecia en el gráfico anterior que se destina al análisis de la principal motivación de viaje de los visitantes de la ciudad, más de la mitad de los visitantes consultados, un 52% se movilizaron en pos de encontrar recreación, ocio y descanso. Se infiere que al provenir la mayoría de ellos de grandes urbes, es esperable que ésta sea su principal motivación, por ser éstos atributos antagónicos con la realidad de su lugar de residencia habitual. Estos datos dan sustento a la futura apertura del parque termal Victoria del Agua, que intenta satisfacer la demanda de recreación, ocio, descanso y entretenimiento en un solo complejo. En segundo lugar, un 20% de los consultados, llegaron a Victoria principalmente en reencuentro de familiares o amigos. Tercero, un 12% de los encuestados, fueron a Victoria, para la práctica de juegos de azar. Este dato, no es menor, ya que tuvo que existir la construcción de un casino, Casino "Sol Victoria" para que ésto fuese así, como también ser esta actividad, la del juego y las apuestas, una actividad lícita en la provincia. Sorprende al entrevistador los números arrojados por la empiria, ya que su presupuesto con respecto a este tema, antes de acercarse a la realidad que

refutó sus prejuicios, era que esta actividad fuera el principal agente promotor de turismo en la ciudad. Resulta ésto de gran provecho, ya que invita a reflexionar acerca de los recursos turísticos que atraen turistas a la ciudad, desviando la atención del casino.

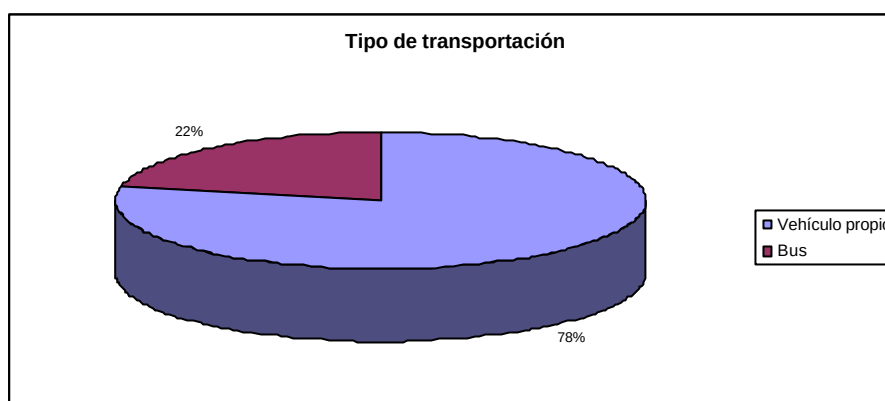
Un 16% se dirigieron a la ciudad por trabajo o negocios (8%) y otras motivaciones (8%). Se contempló la posibilidad de la existencia de visitantes que asistiesen a un evento deportivo en concreto, pero este valor, no fue hallado en la realidad consultada. Se incurrió en un error al contemplarse esta variable, ya que no se relevó la asistencia de un evento deportivo como atractivo en la ciudad.

Como se puede ver en el gráfico expuesto a continuación, una mayoría representada por el 94% de las fuentes consultadas de primera mano, contrataron su viaje por cuenta propia, sin que existiesen intermediarios para la venta de servicios turísticos, a diferencia de cómo lo eligió el restante 6% de los turistas encuestados.

Forma de contratación del viaje	
Cuenta propia	Agencia de viajes
47	3

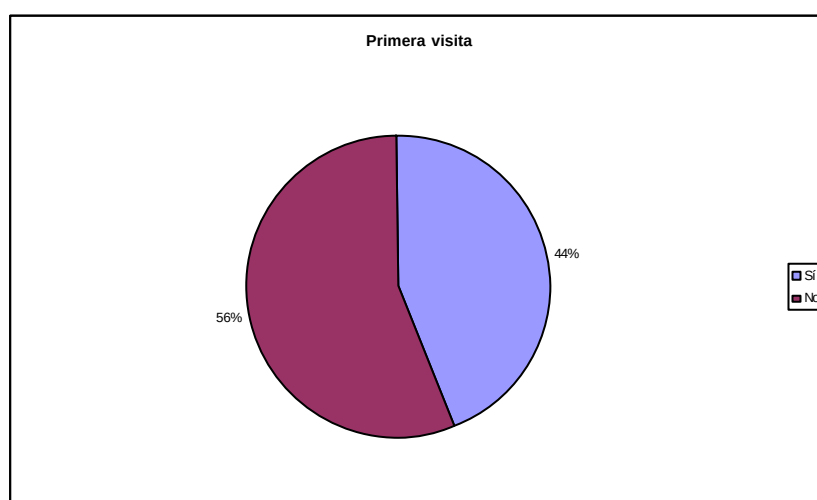


Tipo de transportación utilizada	
Vehículo propio	Bus
39	11



Según lo grafica el modelo expuesto aquí arriba, un 78% de los consultados optaron por arribar mediante su propio vehículo, así fuese auto, moto, camioneta, etc. Cuando una porción menor correspondiente al 22%, arribó por medio de bus, uno de ellos que llegan diariamente a la terminal de ómnibus de la ciudad.

Visita a la ciudad	
Es la primera vez	No es la primera vez
22	28



Como se puede ver en el gráfico expuesto anteriormente, un 56% de los consultados que regresaban a visitar la ciudad, en contraparte un 44% que la visitaba por primera vez. Interesante resulta, como se puede ver en el siguiente gráfico, que del 44% correspondiente a 22 de los 50 consultados, un 95% de ellos, manifestó la intención de regresar a la ciudad.

Los esfuerzos que la ciudad propone en cuanto a cordialidad, amabilidad y demás atributos propios de ellos, son los que hoy contribuyen a que los visitantes sigan optando por regresar a la ciudad.

Es interesante cómo a pesar de que la ciudad se encuentra en una inmadura etapa de gestación en lo que a planificación en turismo respecta, los resultados son favorables, por lo que se infiere que cierto accionar aunque no planificado, está en un correcto camino en función de la respuesta que se puede apreciar.

Reincidencia	
Regresaría	No regresaría
21	1

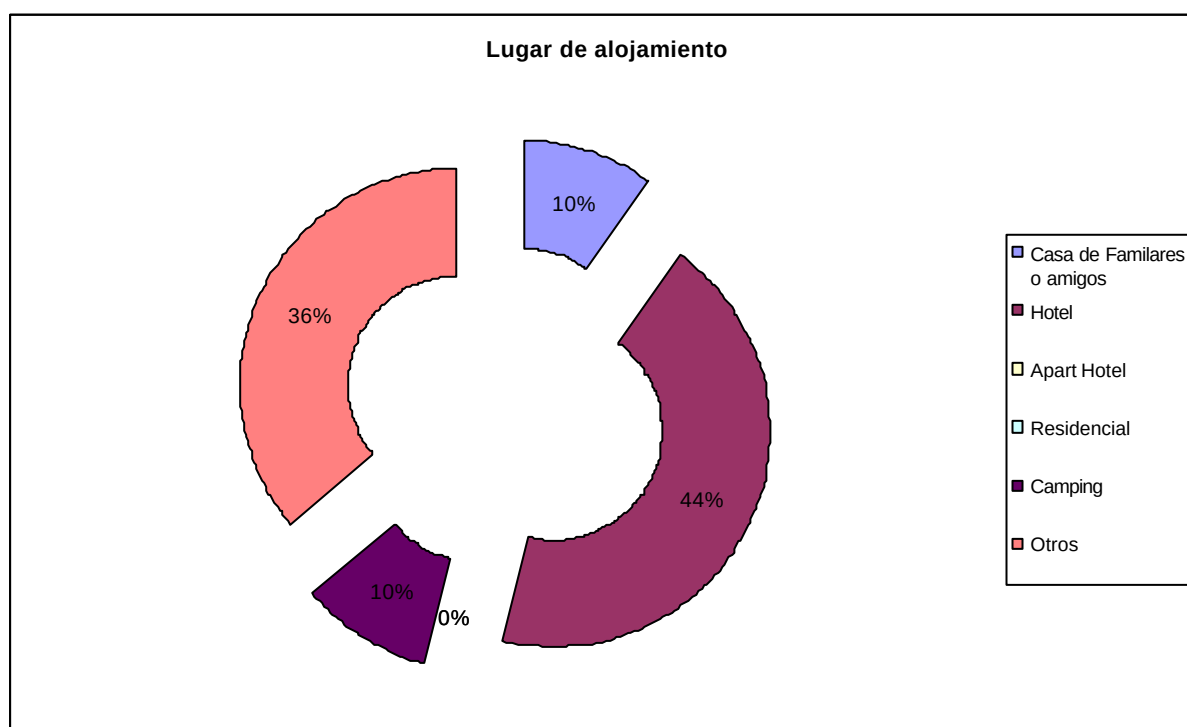


Otro tema que fue planteado como objetivo a analizar fue el tipo de alojamiento por que opta el turista. No se realizó un instrumento diferenciado de ante mano destinado uno exclusivamente para turistas y otro para excursionistas (aquellos que no realizaran pernocte en el destino visitado). Dada esta particularidad, se hicieron las correcciones sobre este análisis, para poder contemplar que dentro del valor “otros”, el 98% de ellos manifestó encontrarse en la ciudad en calidad de excursionistas, por lo que no se encontraban alojados en ningún lugar. Salvando esta necesaria aclaración con respecto a la que representa el 36% de los consultados. Este error que arroja un dato que no ser corresponde certeramente con la realidad, fue salvado mediando el análisis de fuentes secundarias.

Se continúa con el análisis del resto de los elementos de este relevamiento. El 44% de los encuestados se encontraba alojado en alojamientos de tipo hotelero, un 20% que se repartía por partes iguales entre los que optaron por alojarse en casas de

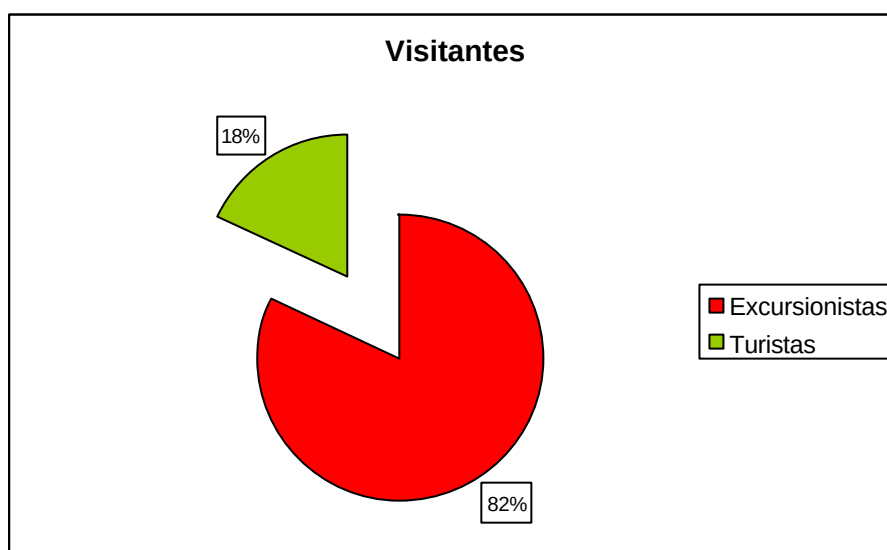
familiares ó en alojamiento no hotelero como el camping. No se encontraron turistas alojados en apartoteles o residenciales. Un 56% de los visitantes de la ciudad de Victoria, o bien no utilizan alojamiento por encontrarse de excursión o se aloja en tipos de alojamiento que les represente un coste bajo, lo que implica que el gasto por turismo dejado por éstos en materia de alojamiento no sería significativo. Se dice un coste bajo, porque las casas de familiares, suelen tener un coste cero o cercano a él dada la hospitalidad que suele tener la familia que acoge al viajante. Con respecto al camping, se cuentan con facilidades de uso compartido por los acampantes quienes se acercan con sus propias carpas y pagan una cuota pequeña en relación al coste de una habitación, o en algunos casos como puede ser el caso del camping municipal es gratis, a cambio del derecho de permanencia en una porción de terreno, usualmente llamado parcela y el libre uso de los servicios que ofreciera el camping.

Lugar de alojamiento					
Casa de familia o amigos	Hotel	Apart Hotel	Residencial	Camping	Otros
5	22	0	0	5	18

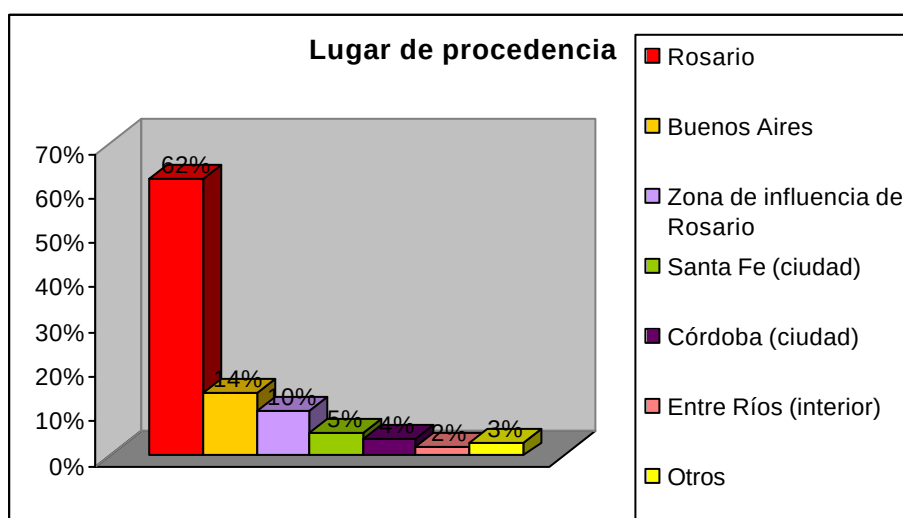


4.3.2 Análisis de datos secundarios

Dado que se incurrieron en ciertos errores en la recolección de datos primarios, al no contemplarse la diferenciación del instrumento para turistas y excursionistas, se recurrió a información estadística histórica de la Municipalidad de Victoria. Ésta informa que la estadía promedio de los visitantes del 82% por un día, los cual los califica como excursionistas y el 18% se hospeda en la ciudad dos días o más de dos días.



Según datos registrados por la oficina de turismo el origen de los visitantes en el transcurso del 2009 fue del 62% de Rosario, 14% de Buenos Aires, un 10% a los que llaman zona Rosario (zona de influencia de Rosario), 5% de la ciudad de Santa Fe, 4% de la ciudad de Córdoba, 3% de otros destino y finalmente 2% del interior de la provincia de Entre Ríos.



Otra variable relevante para el análisis de demanda es su temporalidad. La alta para la ciudad de Victoria está marcada por la temporada estival (18 de diciembre hasta fines del mes de febrero) e incluye vacaciones de invierno (julio), Semana Santa y otros fines de semana largos.

Otro dato interesante que no se había considerado al momento de la recolección de datos, pero que puede resultar de utilizada para otros estudios es que el gasto promedio de los visitantes ronda entre 140-160 pesos argentinos por persona por día.

Una variable que no se consideró al momento de la realización de la salida a campo fue el estado de satisfacción de los visitantes. Lo cual se puede dejar entrever por uno de los entrevistados. Martín, recepcionista del hotel América afirma que los visitantes se van insatisfechos de Victoria, por las altas expectativas que se plantan en el visitante. Alude al hecho de que los visitantes se aburren, no por contar con actividades dentro del centro urbano.

4.4. Población Local

Una de las variables que al momento de la encuesta no fue tomada en cuenta, y que resulta de gran relevancia para la elaboración del presente diagnóstico fue en qué manera el turismo cambió en cierta forma la vida del poblador local. Esta variable es analizada a partir de la reflexión de los informantes claves, principales actores de la realidad de Victoria.

Los informantes entrevistados hicieron referencia a un proceso de cambio de mentalidad por parte del poblador local, quien en un principio se sintió invadido y descontento con la llegada masiva de turistas a partir de la apertura de la conexión vial Rosario-Victoria y luego vio una veta positiva para un intercambio cultural interesante, una posibilidad de inversión rentable y prometedora por el creciente flujo de visitantes en su propio Municipio y la apertura de nuevas fuentes de trabajo a partir de los nuevos emprendimientos que trajo aparejado el turismo.

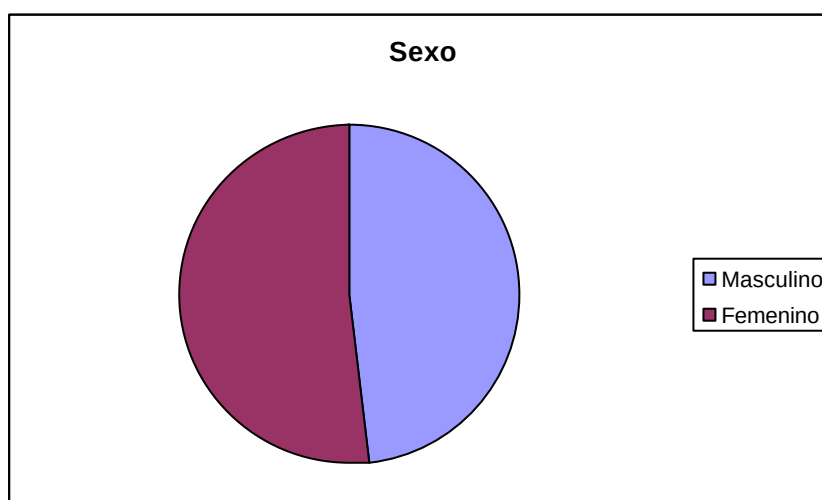
4.4.1. Análisis de encuestas

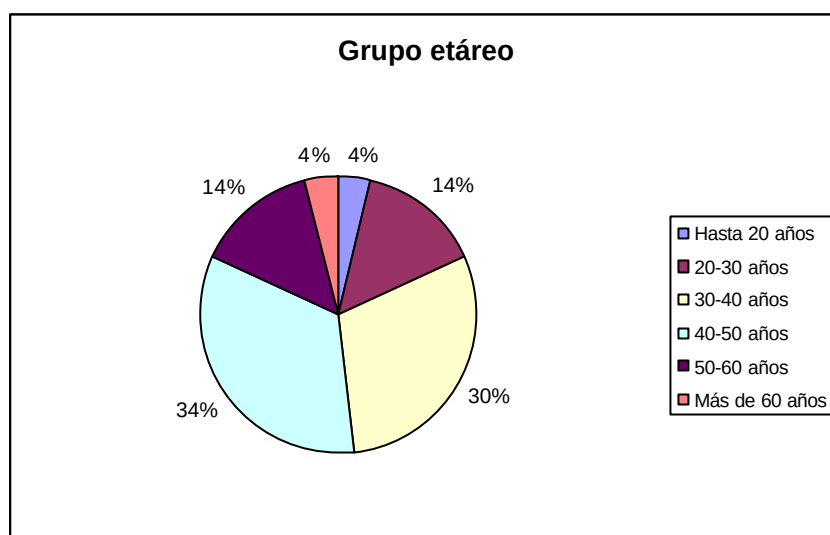
ENCUESTA 1: POBLACION RECEPTORA

Los datos obtenidos de la encuestas fueron procesados y graficados para su análisis. Las observaciones y los comentarios traducidos en notas tomadas durante la realización de las encuestas, sumando al aporte de las entrevistas realizadas para la resignificación de los datos arrojados por las encuestas. Las personas fueron abordadas en las zonas de mayor afluencia de personas. En las inmediaciones del centro cívico, en la puerta de supermercados, panaderías.

A partir de las encuestas realizadas, se llega al siguiente análisis.

Conocer el perfil de la comunidad receptora										
Sexo		Grupo etáreo						Nivel de estudios alcanzados		
M	F	Hasta 20 años	20-30 años	30-40 años	40-50 años	50-60 años	Más de 60 años	Primarios	Secundarios	Terciarios y/o universitarios
24	26	2	7	15	17	7	2	2	23	25

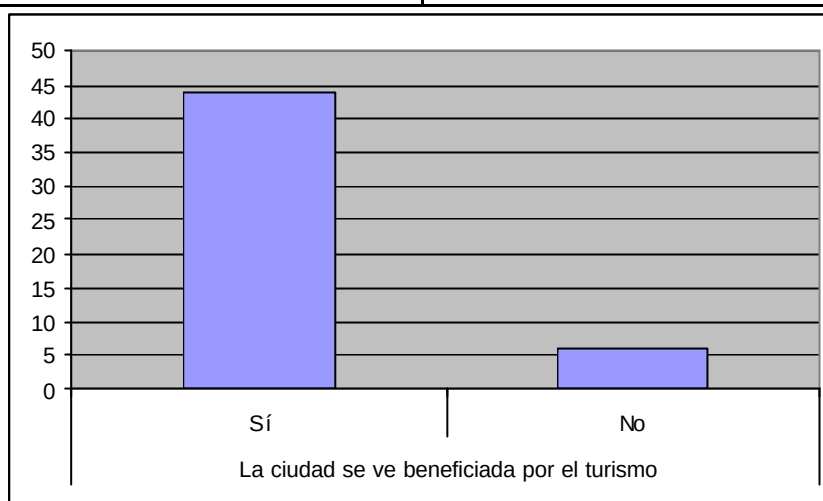




Como se puede apreciar en los tres primeros gráficos que describen el perfil del poblador de Victoria encuestado surge el siguiente análisis. La porción mayor fueron mujeres, aunque no de manera significativa. Esta diferencia entre la cantidad de hombres encuestados no incide en los resultados de esta encuesta.

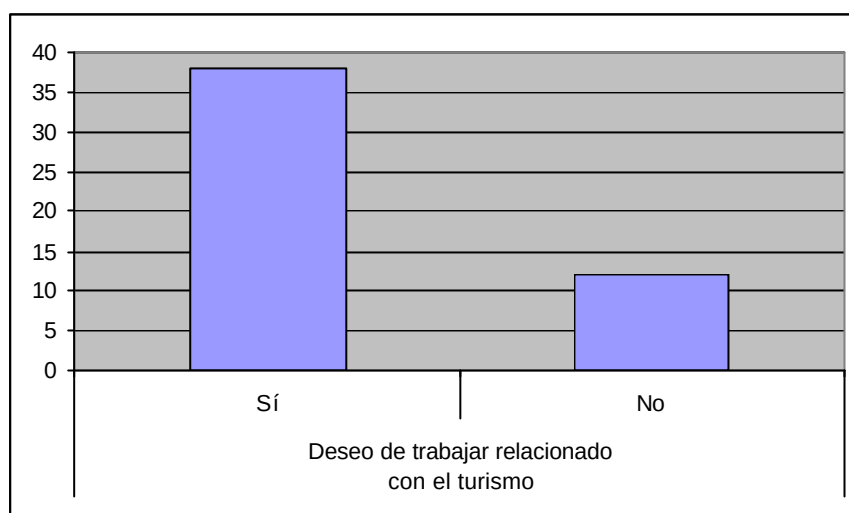
Uno de los rasgos más destacables de la muestra tomada, es que el 96% de los encuestados se encuentran dentro de lo que llamamos población activa o PEEA, personas en edad económicamente activa, que se encontrasen empleadas o en busca de trabajo. A su vez, la población consultada, no sólo se encuentra económicamente activa, sino que también se encuentra un índice de alfabetización del 100%. El 96% ha alcanzado los estudios medios y el 50% de ellos ha alcanzado al menos una formación terciaria. Lo cual habla de una alta formación educativa en la población local. La muestra puede ser disímil con los datos emanados por otros organismos.

La ciudad a partir del turismo	
Se beneficia	No se beneficia
44	6



En lo que respecta a las interrogantes directamente relacionadas con el turismo, se puede decir que, según el gráfico anterior, los habitantes de Victoria han recibido positivamente la llegada de turistas y un 88% de ellos, consideran que la actividad es beneficiosa para la ciudad ya que la misma “activa la economía local” dado “el dinero que dejan los visitantes”, aunque algunos refieren al hecho de que el mayor receptor de los beneficios económicos de la actividad es el Casino Victoria. Consideran a ésta, un “agente de crecimiento y de nuevas inversiones” que ha contribuido al embellecimiento de la ciudad y dado que “trae movimiento”, ha conllevado a un “cambio de ritmo” y de “nuevo aire” en ella. Como otro aspecto positivo los consultados han respondido que la actividad los “hace crecer y cambiar la mentalidad”, refiriendo a esto como algo positivo para ellos. Es imposible pasar por alto la recurrencia de la asociación de la actividad turística como “fuente de trabajo” y el mayor movimiento comercial que “activa el consumo”. Aunque pocos han destacado que la actividad le quita algo de su esencia a la ciudad y manifiestan que el fenómeno turístico en la ciudad les ha resultado indiferente. También se han referido al turismo como agente promotor de delincuencia por atraer “gente desconocida”

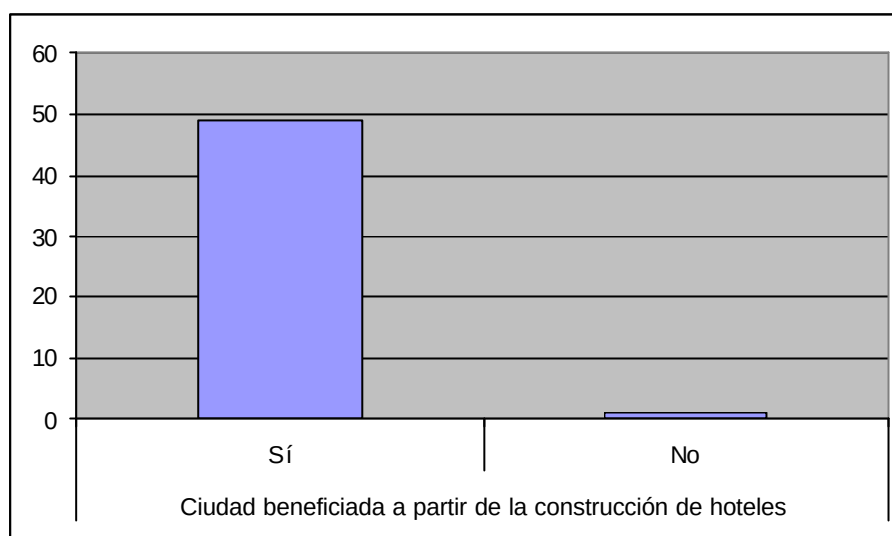
Trabajar relacionado al turismo	
Deseo	No deseo
38	12



Como se aprecia en el gráfico anterior, un 76% representado por 38 de los 50 encuestados, desearían desempeñarse directa o indirectamente con actividad turística. Se infiere que gran parte de la población consultada es considerada PEEA y que el turismo les permitiría insertarse en un nuevo rubro laboral, teniendo en cuenta que ahora existen centros de educación en la ciudad con orientación en turismo. El victoriense, considera que esta misma es “una actividad en crecimiento e interesante”, donde se puede “ganar más” que en otras áreas donde no se encuentran bien pagos. El movimiento turístico aportaría “trabajo para todos”. Creen que su aporte ayudaría a “tratar mejor al turista”, dado que ya de por sí “el contacto con el turista es lindo”. Un entrevistado ha sugerido la inserción de los pescadores de subsistencia a programas que ayuden a elevar su calidad de vida, percibiendo éstos, una retribución del gasto por turismo, y dignificando su trabajo y experiencia. No se debe dejar de considerar que la actividad turística al pertenecer al sector terciario de la economía, siempre va a depender y afectar a las demás áreas de producción, por lo que “es imposible no vincularse”.

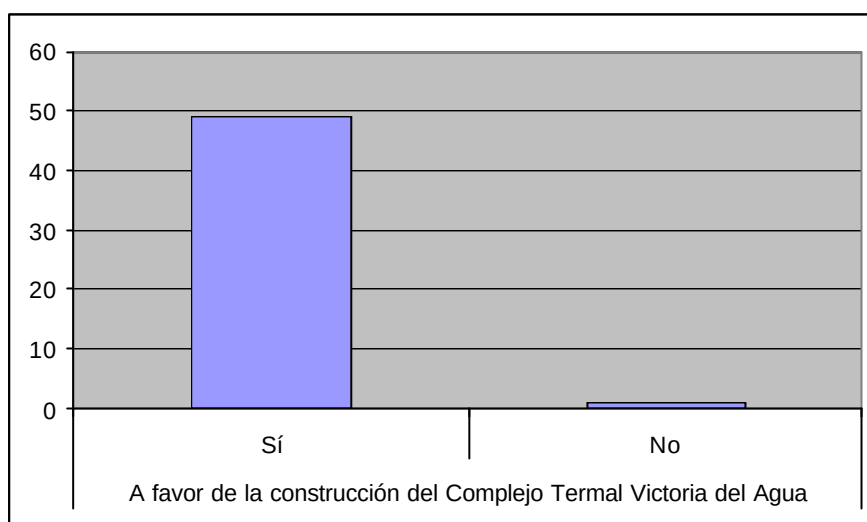
Unos se manifiestan rígidos y duros al decir que conseguir trabajo relacionado con el turismo “es difícil” y que existe “mucho acomodo”. Dentro de éstos, hay los que no se encuentran interesados o están jubilados.

La ciudad a partir de la construcción de hoteles	
Se beneficia	No se beneficia
49	1



Una marcada mayoría que alcanza el 98% de la población consultada cree que la ciudad se ha visto beneficiada a partir de la construcción de hoteles en la ciudad, esto se puede apreciar claramente en el gráfico ubicado arriba. Adjudican este beneficio principalmente a que “ha traído buenos resultados económicos, atrayendo visitantes” y abriendo puestos de trabajo. “La gente los necesitaba, especialmente los fines de semana” es lo que expone uno de los encuestados. Otros agregan que también eran necesarios porque Victoria es una ciudad de enclave, donde pasan viajantes, visitantes médicos etc., que necesitan donde pasar la noche. A su vez, a partir de los mismos, “la gente se puede quedar más tiempo en la ciudad” y esto “trae ingresos a todos los niveles”. Como supo apreciar uno de los entrevistados, gran parte de la mano de obra calificada para la construcción se encuentra actualmente empleada y con perspectivas de trabajo a largo plazo, ya que existen listas de espera y una alta demanda de estos servicios dentro del Municipio.

Construcción del Parque Temático Termal Victoria del Agua	
A favor	En contra
49	1



Una mayoría indiscutible que alcanza el 98% de nuestra muestra se encuentra a favor de la construcción del Complejo Termal Victoria del agua, esto se aprecia en el gráfico ubicado arriba. La mayoría de ellos admiten que éste va a contribuir a la atracción de más visitantes, como así también ampliar la oferta de entretenimiento en la ciudad, ya que no sólo será un parque termal, sino que se proyecta un parque temático de entretenimiento integral para toda la familia, no sólo para los turistas, sino también para los residentes de Victoria. Entienden que el complejo “rescata la naturaleza” y va a permitir que la ciudad tome “trascendencia por el movimiento que va a traer”. Va a ser la “carta de presentación de ciudad” y “los integra a la oferta de la provincia”.

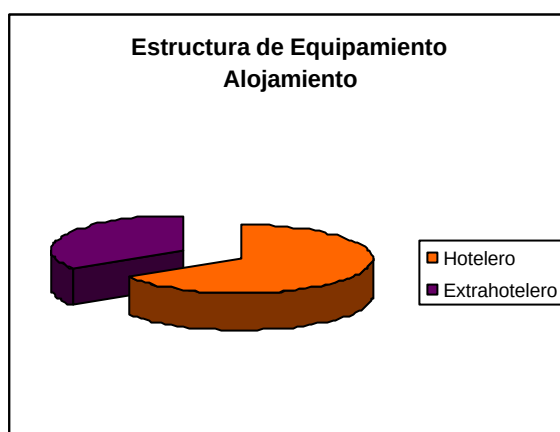
Las actividades turísticas recreativas en este momento propuestas por la ciudad son insuficientes.

También consideran que éste va a ser importante porque va a incentivar el consumo “tanto dentro del complejo, como también en la ciudad”. No se puede ignorar la cantidad de puestos laborales que éste va a abrir en la ciudad.

4.5 Relevamiento y análisis: equipamiento, instalaciones y actividades.

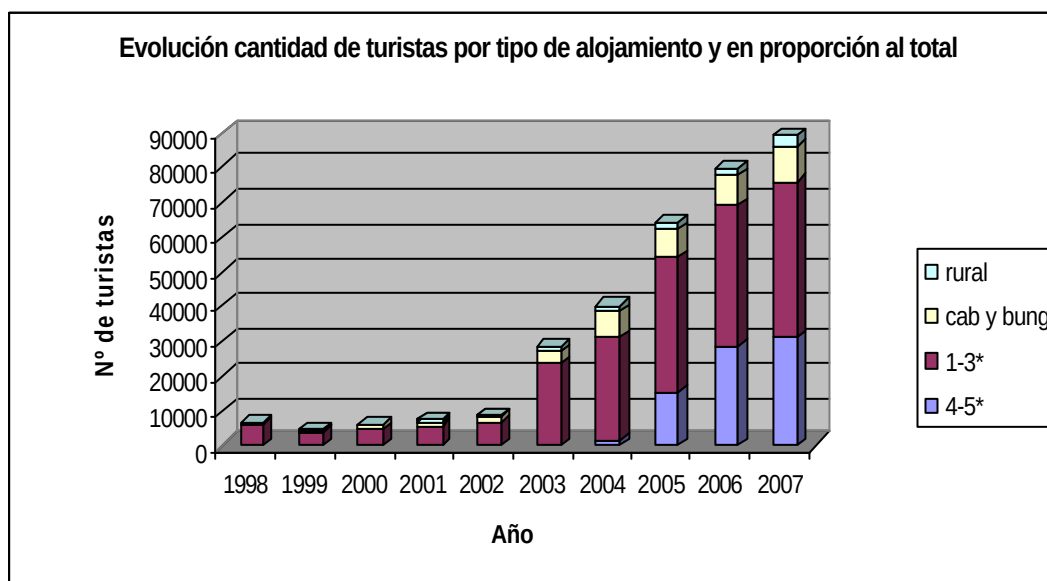
4.5.1 Alojamiento

Según registros consultados disponibles en la Oficina Municipal de Turismo de Victoria, la ciudad cuenta actualmente con 2200 plazas hoteleras, de las cuales 750 corresponden a alojamiento extrahotelero.



El tipo de alojamiento es variado en cuanto a categoría, estilo y precios. Pasando por residenciales, hoteles de 1 a 5 estrellas, hoteles boutique, apart-hoteles, cabañas, bungalows, etc.

Como se puede ver en el gráfico a continuación, la demanda histórica optó por alojamiento de tipo hotelero. Esto coincide con la muestra consultada en la presente investigación.



Evolución de turistas por tipo de alojamiento y proporción al total⁴²

⁴² Fuente: Martín Lima, Industria Turística Victoriense 1997-2007

También se ha relevado un número de alojamientos de tipo rural, los cuales coinciden con ser los más antiguos de la zona, por ser el primer tipo de alojamiento que surgió a partir de la llegada de los primeros turistas motivados a visitar la ciudad de Victoria por su riqueza natural relacionada con el río⁴³. Usualmente el alojamiento rural esta asociado al turismo internacional que se ven motivados por las actividades ofrecidas de caza y pesca en la zona litoral de influencia de Victoria.

La modalidad de alquiler temporal de casas y departamentos surge de la necesidad de la creciente demanda de alojamiento en la ciudad. Dueños de casas y nuevos emprendimientos de construcción, empezaron a verse destinados al alquiler temporario. Estos últimos no son amparados por la ley y no se encuentran homologados como alojamiento turístico. Se aprecia en las calles principales de la ciudad, carteles alusivos al alquiler temporal de casas.

Actualmente el porcentaje de ocupación durante temporada alta es de entre 90-100 % y en temporada baja de un 60%.

Esto refleja que la ciudad se encuentra en el límite de su ocupación ante las variables actuales. Satisface la demanda hasta el momento sin necesidad de derivar a otras ciudades, dando uso del 100% de su alojamiento teniendo en cuenta tanto alojamiento hotelero como extrahotelero.

Como comentaba el lic. Lima, hoy Victoria cuenta en este momento con una oferta más diversificada en comparación con la existente antes de la apertura de la conexión vial fruto de la apertura y acercamiento de nuevos mercados.

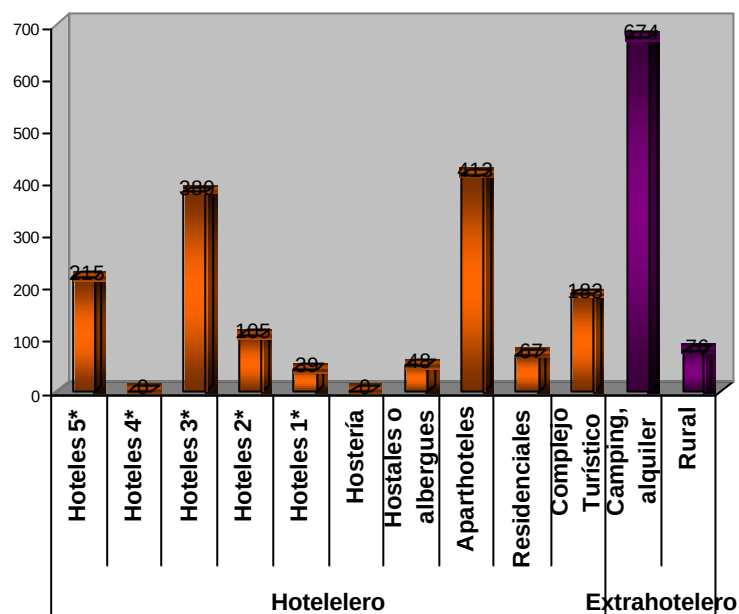
A su vez, la coordinadora de turismo municipal agregaba que tiene conocimiento de la existencia de muchos nuevos emprendimientos relacionados con el alojamiento fruto de la apertura de líneas crediticias impulsadas por el CFI y el Banco Nación.

Detallando la cantidad de plazas que ofrece cada uno de ellos se contribuyó a la elaboración de cuadros comparativos como así también la enumeración de los servicios ofrecidos por cada uno de los establecimientos.

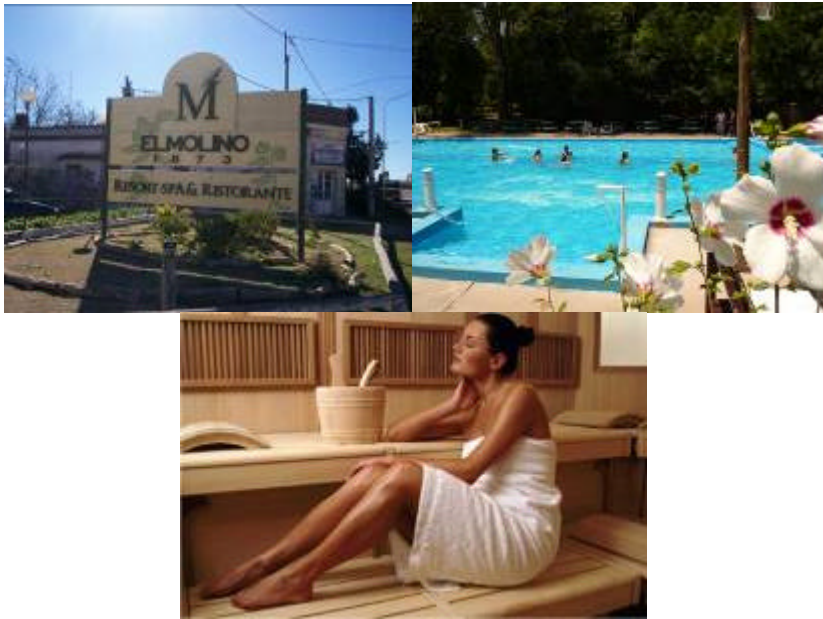
Dados los datos arrojados por la Oficina de Turismo Municipal y el relevamiento de información de primera mano de la cantidad de plazas de acuerdo a la tipología y categoría de alojamiento se llegó a la siguiente síntesis de la estructura de alojamiento del Municipio de Victoria.

⁴³ Ver entrevista con Ricardo Núñez, dueño de Chulengo Safaris

Estructura de Equipamiento - Alojamiento



A continuación se encuentra el relevamiento de alojamiento de la ciudad, haciendo hincapié en los establecimientos de alojamiento de mayor relevancia para el Municipio⁴⁴.

Nombre del establecimiento: El Molino Resort & Spa		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 3
		
Plazas: 105 Tipo de habitaciones: habitaciones singles, dobles, triples, departamentos y cabañas. Servicios: Desayuno, AC o calefacción, TV con cable, servicio de habitación. Spa. Piscina: Sí Canchas deportivas: Sí (voley y futbol) Restaurante / cubiertos: Sí / 120 cubiertos en La Cascada Restaurante. Cava. Sala de té. Ambiente de degustación de vinos. Actividades: paseos a caballo, caminatas guiadas, shows musicales, mini cine. Centro de convenciones / capacidad: Sí / 2 salones, de 30 y 180 personas de capacidad respectivamente.		

⁴⁴ El cuadro completo de alojamientos se encuentra disponible en los anexos.

Nombre del establecimiento: Sol Victoria		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 5
   		
Plazas: 210 Tipo de habitaciones: habitaciones singles, dobles, suites. Servicios: Desayuno, Wi-Fi, Business Box, Drugstore, Parking, Lavandería, Tintorería, Área médica protegida, Room Service, Cajeros Link y Banelco en el área del Casino, Valet Parking y Libre Acceso al Casino y parque termal (toallas). Spa. Piscina: Sí, outdoor / indoor (climatizada) Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: Sí. La Delfina / 100 cubiertos Actividades: Caminatas, clases de gimnasia, proyección de películas para niños, tenis, cabalgatas. Centro de convenciones / capacidad: Sí. / 3 con capacidades máximas de 330, 44 y 24 respectivamente según disposición.		

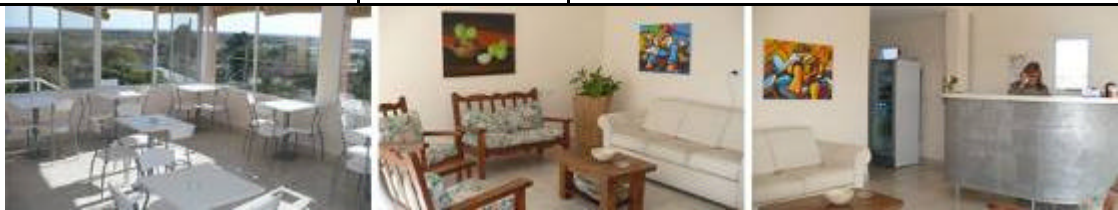
Nombre del establecimiento: Sanguinetti		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 2
		
Plazas: 62 Tipo de habitaciones: singles, dobles, triples Servicios: Desayuno, AA, TV, Calefacción, ropa de cama, ventilador de techo, WIFI, estacionamiento. Piscina: Si Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: No Actividades: Salón de juegos con Pool, Metegol, Sapo, juego de dardos sin cargo. Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Art Decó		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 3
		
Plazas: 40 Tipo de habitaciones: dobles, triples, cuádruples Servicios: Desayuno, AA, Calefacción, TV por cable, teléfono, estacionamiento, vigilancia privada, wifi. SPA. Piscina: No Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: Bar Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Como era Antes		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 3
 		
Plazas: 40 Tipo de habitaciones: singles, dobles, triples, cuádruple, quintuple, suites Servicios: desayuno, wifi, TV LCD con DVD, cocheras cubiertas, lavandería, emergencias médicas, escritorios, teléfono DDN/DDI, amenities, secador de cabellos, cada de seguridad, ambiente climatizado Piscina: Sí, frente al río, sólo en temporada de verano Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: No Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: Si / 40 personas		

Nombre del establecimiento: América		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 2
  		
Plazas: 34 Tipo de habitaciones: singles, dobles, triple, cuádruples. Servicios: Desayuno, aire acondicionado, TV por cable, cochera, WIFI, ropa de cama, lavandería. Piscina: Sí para adultos y niños Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: No Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Denisse		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): 1
		
Plazas: 39 Tipo de habitaciones: doble, triple y departamentos cuádruple, quíntuple Servicios: desayuno, aire acondicionado, televisión, calefacción, cocina, agua caliente, heladera, ventilador, servicio de mucama, WIFI. Piscina: No Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: No. Snack Bar Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Mirador del Río		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Aparthoteles	Categorización (estrellas): 3
		
Plazas: 47 Tipo de habitaciones: departamentos de hasta ocupación cuadruple y habitaciones dobles y triples. Servicios: Desayuno, AA, vajilla completa, TV por cable, heladera, ventilador de techo, calefacción, parrilla, ropa de cama, cocina, agua caliente, anafe, estacionamiento, frigobar. Piscina: Sí Canchas deportivas: No Restaurante / cubiertos: No Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Casa Blanca		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Hotel	Categorización (estrellas): s/ categorizar
  		
Plazas: 90		Canchas deportivas: No / amplio parque
Tipo de habitaciones: singles, doble, triples, cuádruples, quíntuples.		Restaurante / cubiertos: Sí
Servicios: cocheras cubiertas Tv Color por cable, teléfono con DDI, servicio de Internet, aire acondicionado, calefacción, ropa de cama, baño privado, parrillas.		Actividades: No
Piscina: Sí		Centro de convenciones / capacidad: No

Nombre del establecimiento: El Parque		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Pensiones	Categorización (estrellas): Residencial (A)
  		
Plazas: 27		
Tipo de habitaciones: doble, triple		
Servicios: desayuno, habitaciones climatizadas, con baño privado y servicio a habitación, cocheras cubiertas.		
Piscina: No		
Canchas deportivas: No		
Restaurante / cubiertos: No		
Actividades: No		
Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Ponte Vía		
Categoría: Alojamiento	Tipo: Pensiones	Categorización (estrellas): Residencial (H)
		
Plazas: 11 Tipo de habitaciones: doble, cuádruple, quíntuple Servicios: calefacción, aire acondicionado, cocina, heladera, vajilla, sala de estar con TV, quincho, cochera, churrasquera, horno de barro, Piscina: Sí Canchas deportivas: cancha de voley y tablero de basquet Restaurante / cubiertos: No Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Los Altos		
Categoría: Alojamiento	Categoría: Alojamiento	Categoría (estrellas): Residencial
		
Plazas: 28 Tipo de habitaciones: casas de ocupación cuádruple, quíntuple y óctuplo. Servicios: cocina equipada, ropa de cama, mobiliario completo, vajilla completa, calefacción. Ventiladores, TV por cable, juegos de sillas y mesa de jardín, quincho, agua caliente, información turística Piscina: Sí		
Canchas deportivas: No, amplio parque Restaurante / cubiertos: No, servicios de comidas y bebidas con cargo Actividades: No Centro de convenciones / capacidad: No		

Nombre del establecimiento: Complejo El Ceibo		
Categoría: Alojamiento	Categoría: Camping / Cabañas	Categoría (estrellas): Sin categorizar
		
Plazas: 90 Tipo de habitaciones: casa de campo y cabañas (baño privado), dormis (sin baño privado), Servicios: Sanitarios con duchas para ambos sexos, agua caliente, Proveeduría, vigilancia 24hs, Parrilleros, Mesas y sillas. Alquiler de carpas y colchonetas. Piscina: Sí, con hidromasaje Canchas deportivas: Sí. Canchas de fútbol, voley y fútbol – tenis. Restaurante / cubiertos: Si / 300 cubiertos. Además quinchos individuales para grupos pequeños. Actividades: Mesa de ping pong. Juegos de mesa, circuito de montain bikes y bibicross, paseos a caballo, granja, circuito de supervivencia. Centro de convenciones / capacidad: Sí / 200 personas.		

4.5.2 Alimentación

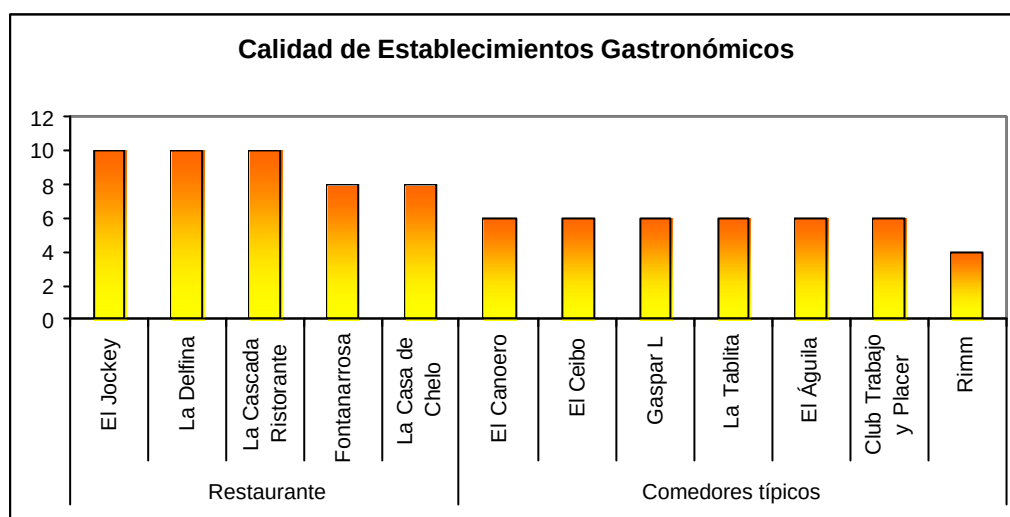
A continuación se expone la elaboración de un cuadro resumen de las características de la oferta gastronómica de Victoria, evaluando la calidad de servicio ofrecida en los principales establecimientos de alimentación.

Establecimiento	Tipo	Servicio	Comentarios
El Jockey	Restaurante	Excelente	Shows en vivo, vinoteca. Restobar incorporado.
La Delfina	Restaurante	Excelente	Vistas del río. Dentro del Hotel Sol Victoria.
La Cascada Ristorante	Restaurante	Excelente	Cocina artesanal en horno de leña y barro. Cava propia. Se encuentra dentro del complejo El Molino.
Fontanarrosa	Restaurante	Muy Bueno	Asador criollo. 350 cubiertos. Vista al río.
La Casa de Chelo	Restaurante	Muy Bueno	Hemeroteca y salas para diversos fines. Cocina artesanal tradicional. Casona típica victoréense.
El Canoero	Comedores típicos	Bueno	Zona del puerto.
El Ceibo	Restaurante	Bueno	300 cubiertos, abre en temporada alta.
Gaspar L	Comedores típicos	Bueno	Comidas preparadas para comer en el lugar y para llevar. Pastas libres, pescados, etc.
La Tablita	Comedores típicos	Bueno	A la carta, a 1 cuadra de la plaza principal.
El Águila	Comedores típicos	Bueno	Parrilla. Variedad.
Club Trabajo y Placer	Comedores típicos	Bueno	A la carta, frente al centro cívico, no cierra en horario de siesta.
Rimm	Comedores típicos	Regular	Rosticería. Comida para llevar.

La gastronomía en Victoria se caracterizó históricamente como una cocina rica en productos de río elaborados artesanalmente, herencia de sus raíces europeas.

Recién en los últimos años dada la vertiginosa evolución del turismo, se han incorporado a la oferta gastronómica platos de diseño y de alta cocina de tipo gourmet. Esto, como nos expresa el licenciado Martín Lima, ha dado una diversidad a la oferta de servicios alimenticios a la ciudad, y hoy por hoy, ofrece al menos tres lugares de excelente calidad de servicio.

En el gráfico a continuación exponemos un esquema de la calidad de servicio en los principales establecimientos gastronómicos de la ciudad.



4.5.3 Esparcimiento y otros servicios

Como aspecto interesante con respecto a la oferta de servicios turísticos y de esparcimiento hemos detectado que las agencias de turismo existentes en la ciudad se dedican mayoritariamente al turismo emisor y no el receptor. Solo la empresa Andar Viajes y Turismo ofrece los servicios de City Tour dentro de los hoteles y en sus propias oficinas. Ninguna de las empresas cuenta con guías propios, sino que los mismos trabajan por cuenta propia y son contratados eventualmente. No existe una salida regular de paseos aún desde Victoria. De manera sorprendente sí existe en servicio regular excursiones desde la ciudad de Rosario.

La empresa que al momento se dedica exclusivamente a turismo receptor es la empresa Chulengo Safaris, pero sólo ofrece servicios dentro del ámbito natural de las islas, pero no ofrece servicios turísticos de traslados, y visitas culturales en la ciudad.

No se encontraron en la ciudad ni cines ni teatros, lugares de esparcimiento para niños como video juegos o similar. Esta es una problemática que fue señalada también por casi todos los entrevistados.

A continuación se brinda un listado de los principales establecimientos de esparcimientos y otros servicios.

En cuanto a otros servicios, como cambio de moneda, en caso de prosperar positivamente el turismo receptor internacional en mayor escala, la ciudad cuenta con varios bancos que ofrecen el servicio de cambio de moneda, como se ejemplifica a continuación el Banco de Entre Ríos o el Banco Santander Río entre otros.

Nombre del establecimiento: Balneario Municipal Victoria		
Categoría: Esparcimiento	Tipo: Instalaciones deportivas	Subtipo: Balnearios
		
Ubicación: Zona portuaria Estado de conservación: Deficiente Observaciones: No cuenta con sanitarios. El balneario actualmente se encuentra devastado por la creciente registrada en el 2009.		

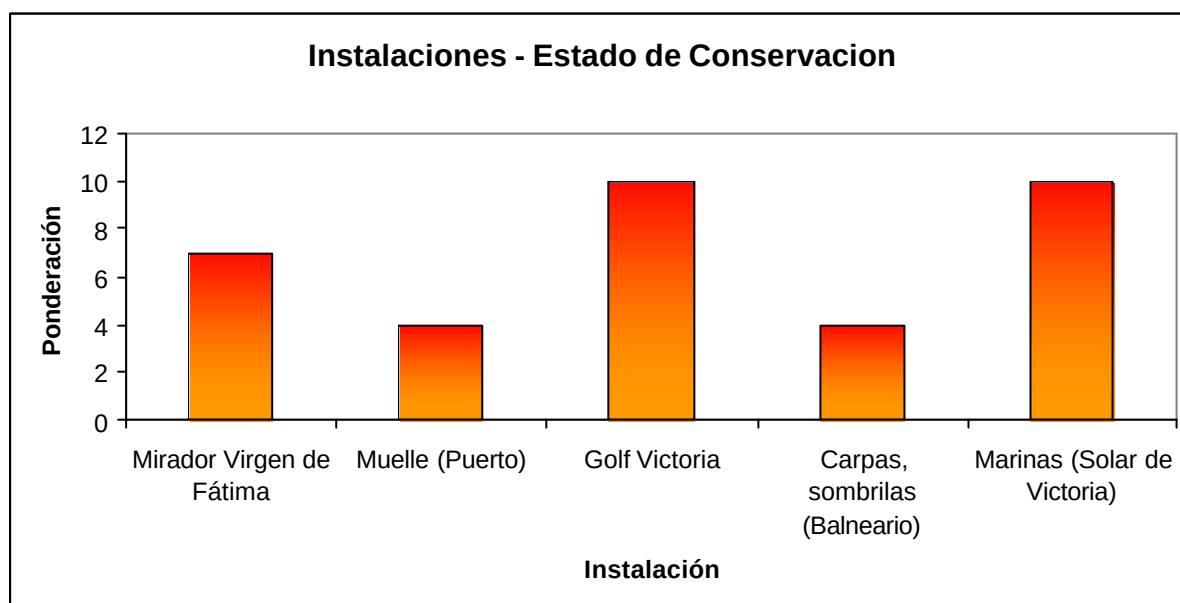
Nombre del establecimiento: Club de Pescadores		
Categoría: Esparcimiento	Tipo: Clubes deportivos	Subtipo:
		
Ubicación: Av Costanera y Congreso (entre el Balneario Municipal y el Puerto) Estado de conservación: Aceptable Observaciones: Entrada arancelada para socios o visitantes. Amplio y parqueizado predio. Servicios al turista: parrilleros, quinchos, cantina, bar- minutas, juegos de playa, guardería de niños, estacionamiento, guardavidas, sanitarios con duchas. Actividades turísticas recreativas: paseos en lanchas y veleros, alquiler de piraguas y kayaks, cancha de fútbol 5 con iluminación y césped natural.		

4.5.4 Instalaciones

A continuación se muestra el trabajo de elaboración de fichaje correspondiente al relevamiento de las instalaciones de mayor relevancia para las actividades propuestas en la ciudad.

Para el estado de conservación se utilizó la misma escala y ponderación anteriormente especificada para el análisis de atractivos turísticos.

Nuevamente encontramos un deterioro de las instalaciones de tipo Municipal, en especial las relacionadas con el atractivo natural, el río. El área de sombrillas, carpas del balneario Municipal, se encuentra deteriorado por cuestiones ajenas a la gestión Municipal, sino fruto de la crecida del Río Paraná registrada en el año 2009, lo que dejó inutilizable esta área durante la temporada estival 2009/2010.



Nombre de la instalación: Mirador Virgen de Fátima	
Categoría: De montaña	Tipo: Miradores
	
Ubicación: Erigido sobre una de las colinas frente al río, este lugar de oración embriaga de una paz absoluta, intensificada por su magnífica ubicación en la zona de Islas y Av. Costanera. Estado de conservación: Aceptable Observaciones: Camino de acceso mal señalado	

Nombre de la instalación: Puerto de Victoria	
Categoría: De Agua y playa	Tipo: Muelle
	
Ubicación: Av. Costanera y Congreso. Punto de encuentro de la mayor parte de las salidas de pesca que se realizan en el riacho Victoria cuando se encuentra en condiciones. Muy afectado por las crecidas. Estado de conservación: Deficiente Observaciones: No se observó personal de vigilancia y/o seguridad	

Nombre de la instalación: Victoria Golf Club	
Categoría: Generales	Tipo: Golf
	
Ubicación: Ruta 11 Km. 106. En la cima de una de las tantas lomadas de la zona, dominando todo el agreste paisaje de campos y cascos de estancias perdidos entre la tupida arboleda. Estado de conservación: Óptimo Observaciones: de administración privada, exclusivo para socios, invitados y membresías. Instructor profesional disponible los días sábados. 9 Hoyos. Par 36. 3626 yardas caballeros. 2833 yardas damas.	

Nombre de la instalación: Balneario Municipal Victoria	
Categoría: De agua y playa	Tipo: Carpas o tiendas / Sombrillas / Reposeras
	
Ubicación: Zona portuaria Estado de conservación: Deficiente Observaciones: Las carpas están bajo el agua. No cuenta con sanitarios cercanos al área de playa, sino en el camping Municipal. El balneario actualmente se encuentra devastado por la creciente registrada en el 2009.	

Nombre de la instalación: Marinas - El Solar de Victoria	
Categoría: De agua y playa	Tipo: Marinas
	
Ubicación: Dentro del country El Solar de Victoria. Al comienzo de la costanera en la intersección del Bv. Sarmiento. Estado de conservación: Óptimo Observaciones: Son tierras ganadas al río. Las marinas dependen del dueño de cada lote.	

4.5.5 Actividades

Actividad o deporte	Lugar donde se realiza	Época del año / Vedas	Equipo propio / alquiler de equipo	Observaciones
Birdwatching	Litoral paranaense	Todo el año	Equipo propio	Actividad de bajo impacto, requiere una mínima instrucción previa
Safari Fotográfico	Litoral paranaense	Todo el año	Equipo propio	Actividad de bajo impacto, no requiere instrucciones especiales
Paseos en	Litoral paranaense	Todo el año,	Embarcacion	Se necesita

embarcaciones		excepto días de lluvia	es propias / con guía embarcado	permiso para transitar en ciertos lugares.
Pesca deportiva	Isla del Pillo (zona de reserva apta sólo pesca deportiva)	Pacú y Manguruyú : Prohibición Permanente Dorado: Habilitada: Del 15 de Enero al 15 de Octubre Vedada: Del 16 de Octubre al 14 de Enero Surubí: Habilitada con Devolución: Del 16 de Marzo hasta el 14 de Agosto de cada año. Vedada: Del 15 de Agosto hasta el 15 de Marzo de cada año.	Embarcaciones rentadas que incluyen guía de pesca habilitado.	Se comercializa como salidas de medio día o día entero.
Caza menor (pato, perdíz, paloma)	Litoral paranaense	Mayo a Julio	Las salidas se realizan en vehículos 4x4 con guía/chofer. Equipo propio.	Esta actividad está principalmente dirigida al mercado internacional.
Deportes Náuticos (canotaje, jet-sky, motonáutica, remo, windsurf, velerismo,	Litoral paranaense	Todo el año, principalmente temporada estival	Equipo propio	Este tipo de actividades han estado históricamente ligadas a la ciudad

natación)				de Rosario, con la que se conjugan regatas en conjunto, etc.
Práctica de juegos de azar	Casino Victoria	Todo el año		
Termalismo	Parque Temático Victoria del Agua	Todo el año	Alquiler de toallas y batas	Al momento las piletas se encuentran habilitadas de forma gratuita de martes a domingos de 13 a 18 hs.
Observación de flora y fauna	Litoral paranaense	Todo el año	Se requiere transportación a la zona de islas. Alquiler de embarcación con guía especializado	Actividad de bajo impacto a la naturaleza, no requiere preparación previa, puede combinarse con otro tipo de visita a las islas como pesca o similar
Degustación de platos típicos	Comedores típicos	Todo el año		
Circuitos ecológicos (ecoturismo) / Paseos en 4x4	Complejo El Ceibo, Complejo El Molino	Todo el año	Alquiler de motos, cuadriciclos, mountain-bikes	
Compra de artesanías	Plaza principal, feria de artesanos, Abadía del Niño Dios	Sábados, domingos y feriados		Productos vendidos en la Abadía del Niño Dios (El Monacal) son típicos y reconocidos.

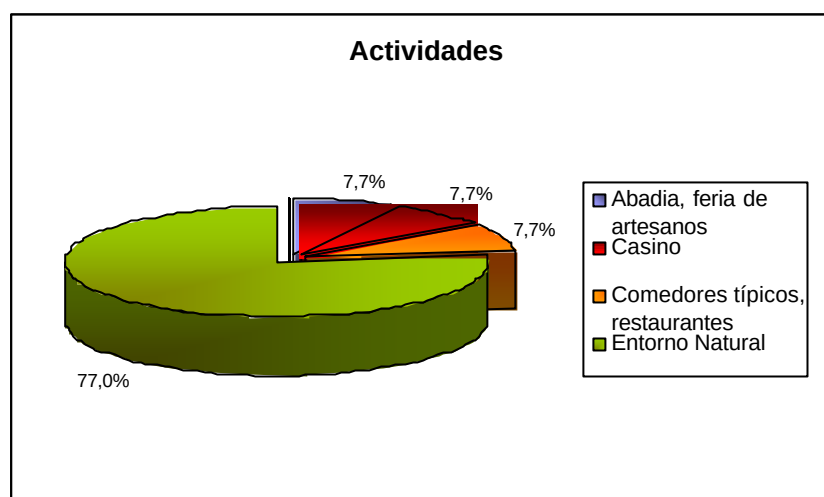
Avistaje de OVNIS (objetos voladores no identificados)	Cerro La Matanza	Salidas grupales organizadas, o por cuenta del visitante	Equipo propio	
--	------------------	---	---------------	--

La ciudad de Victoria, como nos aportan algunos encuestados en sus propuestas y nuestros informantes claves, carece de oferta en cuanto a actividades recreativas y de esparcimiento relacionadas con lo cultural. Sin embargo, una de las actividades de mayor relevancia en la ciudad es la pesca deportiva que tiene gran trascendencia a nivel nacional. Se vio reflejada la carencia o mal estado de conservación de instalaciones, que ofician de apoyo para la realización de actividades en el sistema turístico.

La pesca en Victoria se relaciona con el sábalo, variedad perseguida por su valor comercial. Su riqueza de peces obliga a mencionar especies que abundan en la zona como el armado, bagre, boga, dorado, manduví, patí, moncholo, palometa, pejerrey, surubí. Cabe destacar que la temporada alta pasada, fue excepcional el pique de dorado que se registró a raíz de la creciente, cosa que no venia ocurriendo fruto de la pesca indiscriminada. Los pescadores deportivos sólo encontraban piezas de pequeño porte.

Victoria es parte del Delta Medio que llega hasta Ibicuy, como se menciona anteriormente en su descripción geográfica, se encuentra entrecruzada por arroyos y riachos que le dan importancia a la ciudad en lo que a pesca se refiere. El departamento de Islas que se extiende frente a la ciudad en una superficie de 370 mil hectáreas. Comprende un inmenso delta virgen, este es uno de los sitios más concurridos, por lanchas rápidas que el turista puede alquilar junto al servicio de guía de pesca.

Como se puede apreciar en el cuadro resumen de las actividades que ofrece Victoria, existe una preponderancia en la prácticas de actividades relacionadas con la naturaleza, especialmente el sobre el litoral paranaense, existiendo una deficiencia del sistema al no ofrecer actividades culturales y la difusión de las mismas.



La ausencia de cines o teatros en la ciudad mencionada en el apartado destinado al análisis del equipamiento influye en la ausencia de actividades recreativas como obras de teatro o proyección de películas. Esto le genera una desventaja al centro turístico al no ofrecer alternativas para el visitante cuando la inclemencia del tiempo afecta la realización de actividades.

Resulta ineludible mencionar la reciente apertura del parque termal Victoria del Agua, que permitirá la realización de actividades relacionadas con el termalismo en el Municipio. Se estima la concurrencia de entre 2500 y 3000 personas diarias. Hasta el momento el complejo funciona con horario reducido y con entrada libre y gratuita.

Otra actividad muy difundida por los aficionados a esta actividad es el avistaje de Ovnis, que generalmente se realiza en las inmediaciones del Cerro La Matanza.

No se pueden dejar de mencionar tres actividades. La compra de artesanías típicas, principalmente esto sucede en la Abadía del Niño Dios, los productos de este monasterio son reconocidos a nivel nacional. Otro lugar para esta actividad es la plaza principal, donde se encuentra ubicada la feria de artesanos con productos típicos de la región entre las que se pueden encontrar souvenirs, trabajos en cuero de pescados del río Paraná, artículos relacionados con el avistaje de OVNIS, etc.

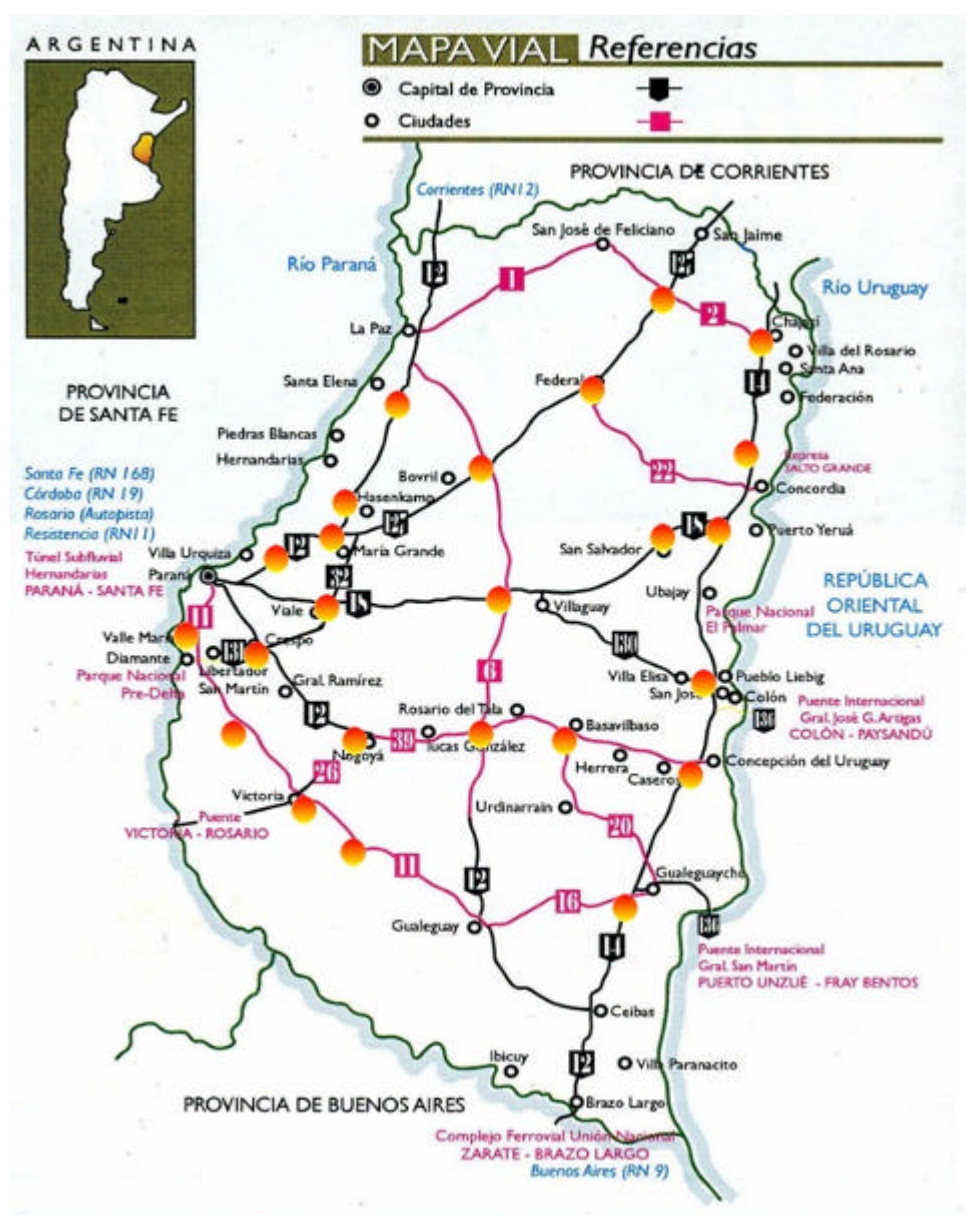
La degustación de platos típicos donde se incluyen productos del río es una actividad interesante. Existen al menos 3 lugares donde se puede comer de manera excelente, disfrutando de su atención, variedad de platos, carta de vinos, etc.

4.6 Relevamiento y análisis de infraestructura.

4.6.1 Transporte Terrestre

Victoria cuenta con al menos cuatro estaciones de servicio comprendidas dentro del centro turístico que proveen de servicios al automotor como la provisión de combustibles líquidos y gaseosos de primeras marcas.

A continuación se expone el mapa vial de la provincia de Entre Ríos y un cuadro resumen de las principales rutas y puentes comprendidas dentro del sistema turístico de Victoria.



Denominación	Vincula	Estado	Señalización	Detalle
RP ⁴⁵ 26	Victoria - Nogoyá.	Aceptable	Deficiente	Mano, contramano. Curvas y zona de lomadas pronunciadas
RP 11	Victoria - Gualeguay hacia el sur. Hacia el norte con Diamante y Paraná (capital provincial).	Aceptable	Aceptable	Mano, contramano. Zona de lomadas pronunciadas, puentes angostos. Curva peligrosa a la altura del Km. 158. Zona de puente angosto a la salida de la ciudad de Victoria. Tramos restos con lomadas. Zonas de curva y contracurva a la altura del Molino Doll. Cuenta con dos puntos considerados de alta peligrosidad ⁴⁶
Puente Rosario – Victoria (Autopista)	Victoria – Rosario.	Óptimo	Óptimo	Mano, contramano. Comprende 60 Km. de pavimento. Es una grandiosa obra de ingeniería, que mediante puentes y terraplenes construidos sobre el río Paraná, vincula las localidades de Rosario en Santa Fe y Victoria en Entre Ríos

La red de carreteras se encuentra en aceptable estado de conservación. Se considera como una desventaja para el centro turístico que los corredores de traslado hacia el centro sean de sólo una mano para cada carril, y en algunos sectores con banquetas reducidas. Dadas las características topográficas de la zona, existen varias lomadas, lo que resulta peligroso con respecto al alcance de la

⁴⁵ Ruta Provincial

⁴⁶ Consejo de Seguridad Provincial

vista del conductor. En ensanchamiento de banquetas y el adicionamiento de carriles, sería beneficioso y reduciría el riesgo de accidentes en rutas. La ruta 11, es la que será el principal corredor para el ingreso a las termas. Se debe destacar que la entrada a las termas sólo está señalizada unos 2500 mts antes de la entrada a la calle de tierra de ingreso. La entrada a las termas se encuentra prácticamente en la finalización de una curva con lomada, en el sentido Gualaguay-Victoria. Se sugiere el ensanchamiento de la banquina o bien la construcción de una rotonda, ya que en periodos de temporada alta seguramente serán muchos los vehículos que giraran hacia las termas.



Mapa de corredores urbanos o territoriales⁴⁷

La principal terminal de transporte terrestre es la Terminal de Ómnibus de la ciudad de Victoria, ubicada en la intersección de las calles Alem y Junín. La misma cuenta con las boleterías de las respectivas compañías de buses que arriban a la ciudad, cuenta con sanitarios abiertos las 24hs y una despensa de venta de artículos varios y regionales. La terminal se encuentra ubicada dentro del ejido urbano, siendo de fácil acceso peatonal al centro comercial y del radio de influencia a de los principales establecimientos de alojamiento. No obstante cabe considerar que la terminal, que

⁴⁷ Imagen ampliada disponible en anexos (Plano 11 de la Ordenanza N° 2472)

permite la entrada de vehículos de gran porte y peso, se encuentra dentro del centro histórico de la ciudad.

En este apartado cabe destacar dos problemáticas arrojadas por la entrevistada Silvia H, coordinadora de turismo municipal.

- ✓ Falta de Señalización
- ✓ Servicio de bus urbano local insuficiente

A continuación se expone un cuadro resumen de las empresas de transporte vinculadas al sistema turístico de Victoria.

Empresa	Vincula	Frecuencia	Observaciones
Flecha Bus / San José SRL	Victoria-Buenos Aires	3 frecuencias diarias.	Terminal Retiro. Boleterías 141 a 146. TEL 4000-5200
C.O.D.T.A	Victoria-Paraná	De lunes a sábados.	Terminal Victoria. Ventanilla 6. TEL (03436) 421779
El Inca	Victoria-Rincón de Nogoyá	Diarios	Los Cerros y Tres Bocas. Matanza y Junín. TEL (03436) 421570
BASA Costera Criolla	Victoria-Rosario/Rincón de Nogoyá/San Nicolás	Diarios	TEL (03436) 423666
Ciudad de Guauguay / Ciudad de Victoria	Victoria-Paraná/ Rosario/Guauguay/Guauguaychú	Diarios	Terminal Victoria. Ventanilla 5/6. TEL (03436) 421779

Ciudad de Diamante	Victoria-Diamante/Rincón del Doll	Diarios	
Empresa 7 de Enero	Victoria-Diamante/Febre/Antelo/Nogoyá.		Transporte de pasajeros y encomiendas
Jovi Bus	Victoria-Rosario/Paraná	Diarios	
Urbano Local		Servicio de lunes a viernes (1 por hora). Turno tarde a partir de las 15.00hs. Sábados medio día a partir de las 07.00 (1 cada 2 horas). Domingos no opera.	

4.6.2 Sanidad

Kotler, Philip, en Mercadotecnia de localidades, sugiere que en las soluciones a largo plazo surgidas del propio sistema de planificación debe asegurarse que los servicios básicos a la comunidad sean proporcionados y se mantenga la infraestructura a satisfacción de los ciudadanos, negocios y visitantes. Uno de los entrevistados, expone que resulta insuficiente la cantidad y complejidad de los nosocomios disponibles en la ciudad. Siendo estos más requeridos en épocas estivales, como se pudo ver en resúmenes de noticias locales. Coincide la época de mayor concurrencia a los hospitales con la temporada alta turística, momento en el cual la ciudad se encuentra en su nivel de concurrencia más alta, poniendo al sistema sanitario en una posición crítica para su desarrollo.

A continuación se realiza un cuadro resumen de la situación actual de los principales centros asistenciales médicos Victoria.

Nominación	Dependencia	Nivel de complejidad ⁴⁸	Internación	Observaciones
Hospital Municipal	Municipal	Mediana	Sí	No cuenta con aparatos especializados en diagnóstico por imágenes. Convenio con Policlínico Victoria para ecografías. Se incorporan las Especialidades

⁴⁸ Guía para la Clasificación de los Establecimientos de Atención Médica por los niveles de complejidad" (Secretaría de Estado de Salud Pública de la Nación, 1969)

				llamadas Básicas: pediatría, obstetricia, cirugía y clínica médica. Odontología, radiología y laboratorio.
Hospital Cúneo	Municipal	Baja	Sí	Hospital geriátrico
Policlínico Victoria	Privado	Mediana	Sí	Especialidad: internación. Cuenta con aparatos especializados para el diagnóstico por imágenes. Carece de tomógrafo.
Salas Municipales	Municipal	Baja	No	Atención médica primaria. Ofrecen Atención Médica Indiferenciada a través de profesionales especialmente capacitados en Medicina General

4.7 Descripción y análisis Superestructura

Este elemento del sistema turístico, como principal función, tiene que regular el sistema recogiendo los intereses, expectativas, etc. de los demás elementos del sistema. Esto implica que la superestructura conceptual (planes, programas, leyes, decretos, etc.) sea el producto de la discusión abierta de los demás elementos del sistema, para que la regulación sea fruto del consenso de los interesados e involucrados en la actividad turística (superestructura organizacional)

4.7.1 Superestructura conceptual

Esta división de la superestructura, hecha por Molina. Divide a las personas, del producto del reflexivo de ellos. Claudio Acosta, uno de los entrevistados para la elaboración del presente trabajo califica a la legislación como contemplativa, dejando mucho librado a la imaginación. Esta apreciación del entrevistado surge partir de lo que percibe en materia de homologación hotelera, siendo su categorización no acorde con la calidad de servicio que brinda en muchas ocasiones. Esto podría llevar a la insatisfacción del visitante, como expone el recepcionista del hotel America, otro de los consultados, quien entiende que los visitantes regresan insatisfechos fruto de las expectativas fundadas en el destino.

Silvia Heinzenknecht, niega todo conocimiento de documentación actualizada municipal en materia de planificación turística.

Martin Lima, representante de la comisión directiva de ENVITUR, cree necesaria la planificación dado que la localidad ha sufrido el desarrollo tan espontáneo de la actividad turística. A su vez considera que la ley que regula la actividad turística es

vieja y por lo tanto obsoleta en cara a la realidad de Victoria y la provincia. Esto hizo que la autoridad de aplicación, ante el conocimiento de lo obsoleta de la ley, haya dejado de hacerla cumplir, generando una especie de anomia en cuanto a legislación turística. El licenciado Lima estima que esto va a cambiar por la aprobación de la nueva ley provincial de turismo, que ya se encuentra aprobada, pero aún no se han generado las ordenanzas que deben surgir de esta ley más general.

A continuación se expone un cuadro resumen de la superestructura conceptual que afecta al Municipio de Victoria.

Nombre de la Ley	Alcance	Beneficiario	Objetivos	Autoridad de Aplicación
LEY 7360 DECRETO LEY 7205 DECRETO 3024/83 Y MODIFICATORIOS 433/84 Y 5029/87	Establecimientos comerciales definidos como alojamientos turísticos que funcionan en la provincia de Entre Ríos y los que puedan establecerse en el futuro.	Sector Hotelero	Crear un registro hotelero provincial. Homologación de los establecimientos.	Subsecretaría de Turismo Entre Ríos
Decreto 3025-83	Establecimientos comerciales definidos como restaurantes, Cafés, Bares, Confiterías, y Establecimientos Afines	Sector Gastronómico	Reglamentación y Categorización de Restaurantes y establecimientos afines. Creación de un registro.	Dirección de Turismo, dependiente de la Subsecretaría de Promoción y Asistencia de la Comunidad
Ordenanza Nº 2472	Municipio de Victoria.	Extensivo a toda la	Definición de las normas y	Dirección Municipal de

		población de Victoria.	reglamentaciones generales urbanísticas.	Planeamiento y obras Públicas.
Ordenanza N° 2777	Municipio de Victoria.	Extensivo a toda la población de Victoria.	Actualizar y completar Ordenanza N° 2472	Dirección Municipal de Planeamiento y obras Públicas.
Ley N° 9678	Provincia de Entre Ríos. Áreas de explotación termal.	Recursos termales de la provincial de Entre Ríos	Marco Regulatorio del manejo de los recursos termales de la provincia de Entre Ríos. Creación de un registro de la actividad termal provincial.	Ente Regulador de los Recursos Termales de la Provincia de Entre Ríos (E.R.R.T.E.R.)
Ley N° 9714	Provincia de Entre Ríos. Áreas de explotación termal.	Recursos termales de la provincial de Entre Ríos	Corrección de Ley 9678. Creación del Fondo para la Conservación del Recurso Termal, el Agua, el Suelo y el Ambiente	Ente Regulador de los Recursos Termales de la Provincia de Entre Ríos (E.R.R.T.E.R.)

4.7.2 Superestructura organizacional

Una estructura organizacional fuerte y consolidada puede sugerir propuestas de mejoras en los servicios básicos de la comunidad y la infraestructura. Estos actores son los que discuten para desarrollar un ambiente en que los ciudadanos resulten satisfechos, con una mayor expectativa de vida y una mejor calidad de ésta. Si este proceso de discusión se lleva a cabo favorablemente, se propicia un ambiente cálido para retener los negocios existentes, generar nuevos y por consiguiente atraer nuevos visitantes.

Cuando se consultó a los diferentes actores de la realidad circundante, inmersos en la superestructura organizacional municipal (ENVITUR / Oficina Municipal de Turismo), han inferido que existen esfuerzos de cooperación mutua mediante la firma de convenios para el desarrollo de la actividad turística.

Martín Lima, habla de descoordinaciones en este aspecto, que surge de las necesidades diferentes de cada una de las organizaciones. A pesar de ello, no todos los prestadores de servicio se encuentran nucleados o se sienten representados por ENVITUR, por lo que la discusión abierta al momento de la toma de decisiones debería tomar un aspecto más amplio para la inclusión de ellos, como lo es el caso de Ricardo Núñez, representante de Chulengo Safaris.

A continuación se puede apreciar un cuadro resumen de las principales organizaciones parte de la superestructura organizacional de Victoria.

Nombre de la organización	Contacto	Autoridad Máxima	Categoría	Función	Ámbito. Alcance
Subsecretaría De Turismo Entre Ríos.	Laprida 5. Paraná. Entre Ríos (0343) 4207989/0810-444-8874 TEL/Fax: 4207837 Web: www.turismo.entrerios.gov.ar Mail: turismo@entrerios.gov.ar	Arq. Adrián Stur	Pública	Ente regulador y de promoción turística provincial.	Provincial
Oficina de Turismo Municipal	25 de Mayo y Bv. Sarmiento. Victoria. Entre Ríos (03436) 421885 Web: www.munivictoria.gov.ar/municipalidad/turismo/ Mail: victoriaturismo@yahoo.com.ar	Silvia Heinzenknecht	Pública	Ente regulador y de promoción turística municipal.	Municipal

ENVITUR (Ente Victoria Turismo)	San Martín 45 Mail: envitur@hotmail.com	Martín Aranguren	Privada	Ente de promoción y capacitación turística municipal.	Municipal
Asociación de Comunidades Termales de la Provincia de Entre Ríos	Sin sede Web: www.termasdeentrierio.gov.ar	11 Municipios asociados actualmente	Pública	Promoción de emprendimientos termales de Entre Ríos.	Provincial
E.R.R.T.E.R (Ente Regulador de los Recursos Termales de la Provincial de Entre Ríos)	Artusi 40. Concepción del Uruguay. (03442) 433 245/169 Web: www.errter.gov.ar Mail: errter@entrierios.gov.ar	Dr. Hugo Ramón Cettour	Pública	Ente Regulador de los Recursos Termales de la Provincia de Entre Ríos	Provincial

PARTE III

CONCLUSION DEL DIAGNOSTICO Y PROPUESTAS



La declaración de Alicia

“¿Qué sabes de este asunto?, pregunto el rey a Alicia

Lewis Carroll (Alicia en el país de las maravillas)

5 Análisis FODA del sistema turístico de Victoria

A fin de poder evaluar el sistema turístico del Municipio de Victoria, se intentó identificar posibles fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que pudieran generar propuestas que sirviesen de superación para la situación actual del destino se realizó un análisis FODA.

FUERZAS INTERNAS			
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FUERZAS EXTERNAS	SISTEMA TURISTICO DE VICTORIA ENTRE RIOS		F1- Voluntad para la preservación patrimonio del Museo Carlos Anadón. F2- Proximidad a grandes centros emisores de turismo nacional. F3- Fácil, directo y en buena condición del acceso a la ciudad. F4- Buena frecuencia de buses . F5- Variedad de oferta de alojamiento. F6- Presencia de Ente privado de promoción turística. F7- Capital Provincial del Carnaval F8- Casco histórico declarado de Bien de interés histórico Nacional. F9- Próximo al río Paraná. F10- Existencia de ONG de protección del medio ambiente. D1- Falta de políticas turísticas que regulen la actividad turística. D2- Carencia de investigaciones relacionadas al turismo. D3- Deficiente información estadística sobre demanda histórica. D4- Fragmentación y falta de articulación entre los diferentes actores intervinientes del sistema. D5- Frecuente colapso de la página Web de la Municipalidad. D6- Presencia de alojamiento no homologado. D7- Escasa información por parte de Oficina de turismo.
	AMENAZAS	A1- Falta de recursos económicos asignados. A2- Proximidad de la ciudad de Diamante. A3- Crecidas el río Paraná. A4- Importancia reinante de actividad agropecuaria PRO1 (A2+F1-F9): Consolidar la imagen de Victoria para diferenciarse de otros destinos. PRO2 (A3+F10) Creación de programas de preservación de la flora y fauna típica el bajo Paraná.	PRO1 (A1+D1+D2+D3+D5+D7): Conseguir recursos económicos para la fomentación de investigación en turismo y creación de un archivo estadístico público fiel de la actividad turística. PRO2 (A4+D4): Promover la participación de diferentes actores para generar políticas turísticas. PRO3 (A1+D6): Generar controles de alojamiento no homologado.
	OPORTUNIDADES	O1- Perteneciente al corredor gastronómico "Sabores del Paraná". O2- Proximidad de puertas de entrada O3- Incorporación a la Asociación de Comunidades Termales de Entre Ríos. PRO1 (O1+F9): Promover desde la Oficina de Turismo Municipal la oferta gastronómica. PRO2 (O3+F1+F6+F10): Utilizar el respaldo de las asociaciones provinciales para impulsar las locales.	PRO1 (O2+D1): Creación de políticas turísticas que promuevan el turismo vacacional desde los principales centros emisores turísticos nacionales.

Kotler recomienda, en Mercadotecnia de localidades, prepararse para el futuro anticipando las tendencias y desarrollos que probablemente afecten a las localidades.

A partir del análisis FODA, se arribó a alternativas de mejora para la actividad turística en el Municipio de Victoria. Estas propuestas o alternativas, fortalecidas mediante la discusión de los diferentes actores de la realidad consultados, se verán traducidas en estrategias de modificación de la realidad en el apartado 7.

6 Conclusión del diagnóstico

En el transcurso de la investigación se recurrió a la bibliografía obligatoria y ampliatoria sugerida por los titulares de cátedra que dictaron las materias cursadas en el transcurso de la carrera, como también las que se sugirieron posteriormente en instancias de asesorías por parte de los profesores que dispusieron de su tiempo para colaborar en el presente trabajo.

Dicha bibliografía brindó las herramientas necesarias para la elaboración de una estructura metodológica que delineó el planteo de la problemática tratada, objetivos, elaboración de instrumentos y técnicas de abordaje de la información, etc. El bagaje conceptual y el estado actual del conocimiento en materia de turismo aportado por las diferentes cátedras, fue imprescindible para la significación de los datos recabados y el alcance de los objetivos planteados en este trabajo de investigación.

La ciudad de Victoria se encuentra en un momento clave de su desarrollo en materia de turismo. La construcción del Puente Nuestra Señora del Rosario, significó un elemento bisagra para el desarrollo de la actividad turística y su historia; y hoy también un ícono en la postal de la ciudad. Generó expectativas desde el momento de la aprobación de la construcción, como toda gran obra que se emprende en el país. El puente abrió caminos hacia las puertas de enlace más importantes del país y facilitó el acceso a la ciudad desde los principales centros emisores de turismo nacional del país, como también la integración de la misma a corredores turísticos actuales y potenciales. Esta construcción también benefició a otras áreas de la economía local a partir del más eficiente transporte de sus bienes de intercambio y la apertura de nuevos mercados.

La posterior apertura del Casino Sol Victoria representó un punto de inflexión en la historia turística dado que no sólo es ponderado como uno de los mejores casinos de la provincia, sino que se encuentra emplazado junto a un hotel de categoría cinco

estrellas, el primero de la ciudad. Produjo una seria controversia entre el estado y capitales privados a raíz de la administración de ambos del negocio del juego.

Se pautó este tipo de administración, donde existe un área del casino exclusivamente administrada por el estado, y donde el dinero recaudado en las mesas de juego beneficiase a la población por medio de un fondo llamado IAFAS (Instituto de ayuda financiera a la acción social)⁴⁹. Esto permitió la inserción laboral a un porcentaje de la población local a la administración pública, desempeñando sus tareas en el Casino Sol Victoria. Otorgó tranquilidad y estabilidad a todos ellos que pudieron obtener allí un puesto laboral.

En el presente trabajo se planteó como objetivo principal la elaboración de un diagnóstico turístico del Municipio de Victoria para lo que se recabó información acerca de cada uno de los componentes del sistema turístico.

A partir del análisis realizado resultante de la descripción y caracterización del sistema turístico del Municipio de Victoria se llega a la siguiente conclusión diagnóstica.

Victoria posee una vocación turística tendiente hacia lo natural. Se puede apreciar que existe un peso instaurado en su riqueza natural, por poseer más de 300 ha de zona litoral prácticamente virgen. A pesar de la belleza y jerarquía de su atractivo, sólo existe una empresa que se dedica exclusivamente a su aprovechamiento, siendo el mercado internacional su principal y mejor cliente.

Las instalaciones necesarias para la realización de actividades al aire libre son deficientes. Las mismas se encuentran en franco deterioro y no existen iniciativas para la mejora de las mismas.

Las actividades de mayor relevancia del Municipio están ligadas a su recurso de mayor jerarquía: el río, estando estrechamente ligadas al uso del tiempo libre en un entorno natural. Incluso las termas se sitúan encastradas en una colina con vistas privilegiadas al río Paraná.

Victoria cuenta con la materia prima suficiente y de calidad para responder a la creciente tendencia del mercado de dirigirse a centros turísticos con un entorno natural, virgen y único, y también satisfacer las necesidades propias de una demanda internacional.

⁴⁹ Ver artículo periodístico incluido en ANEXO.

Esta demanda, sólo se podrá satisfacer mediante la planificación y elaboración de estrategias que acompañen el desarrollo sostenible de la actividad turística en el Municipio.

Una de las actividades de mayor relevancia para el Municipio es la pesca, contando con un flujo importante de visitantes a lo largo de todo el año. Esta actividad se ve afectada negativamente por la depredación de especies autóctonas fruto de la pesca comercial, una amenaza para el ecosistema y para la sustentabilidad de la actividad turística.

Es una necesidad gritada a toda voz para el Municipio, la existencia de una diversidad en la agenda cultural, con la difusión de actividades culturales y de entretenimiento para el visitante cuando las actividades al aire libre se vean condicionadas por inclemencias del tiempo.

De acuerdo el análisis de la demanda, y las apreciaciones de los informantes claves, se puede afirmar que Victoria tiene la posibilidad, de cambiar su tipología de centro de turístico. A partir de la apertura del centro termal, podrá tender a ser un centro turístico de estadía, en lugar de excursión; donde los visitantes puedan tener un gasto por turismo más alto que se hacen actualmente. Esto en la medida que el equipamiento de la ciudad se ajuste a las demandas actuales del mercado. A la fecha en temporada alta la ocupación es del 100%.

Muchos de los visitantes se acercan a la ciudad en calidad de excursionistas, aunque gran parte se alojó en la ciudad en hoteles. En muchos casos arriban su propio vehículo y contratan su viaje ellos mismos. Esto último, nos dice que las agencias de viaje fuera de Victoria, o bien no conocen el destino regularmente dado el escaso desarrollo y homogeneidad de la oferta hotelera.

Se necesita una diversificación del tipo de alojamiento hotelero, ya que es éste el más utilizado y elegido por la demanda actual del destino y la necesaria para el desarrollo de las localidades con vocación turística.

En relación al alojamiento disponible, encontramos una oferta que crece desmedidamente sin una meta objetivo. Se encuentran desde casas de familia disponibles para alojamiento temporario, pasando por hosterías, cabañas, apart-hoteles, camping, dormis, hoteles de una a cinco estrellas; algunos incluyen servicios, gastronómicos e inclusive spa. Sin embargo esta diversidad no se corresponde con un equilibrio entre los diferentes tipos de alojamiento requeridos para que un centro turístico evolucione favorablemente. No existe hotelería cuatro

estrellas, y tampoco los hoteles dentro de la misma categoría cuentan con servicio similar. Esto hace que hoteles categorizados, homologados por la misma ley, cuenten con un servicio al turista diferente.

La infraestructura terrestre vincula a Victoria principalmente con Rosario, Buenos Aires, Paraná y ciudades cercanas del interior de entre Ríos. No existe una vinculación directa con Córdoba u otras ciudades de alta concentración demográfica del país. Esto se debe a la centralización de los medios de transporte, que hace que los visitantes que provengan de mayores distancias deban realizar transbordos de buses sino se movilizan en su propio vehículo.

La infraestructura de salud es deficiente para cubrir las necesidades de la comunidad local, y por ende para satisfacer la demanda de los visitantes. El sistema de salud puede colapsar en la época estival. La red cloacal ha sido recientemente extendida, dado que ya no daba abasto para la atención de la población local.

La mayoría de las calles están asfaltadas y sin un deterioro serio, más que el ocasionado por el uso cotidiano. Cabe resaltar el estado general de orden y limpieza que presenta la ciudad. Se identificó el problema de la gran cantidad de perros callejeros y sus desechos en la calle.

La población local se vio afectada negativamente por la llegada masiva de visitantes a partir de la apertura del puente. Pero se está produciendo un cambio de mentalidad que consiste en una mayor tolerancia y un interesante intercambio con el visitante. El poblador registra el beneficio económico de la inversión en establecimientos turísticos y las oportunidades laborales que se generan.

Las entrevistas muestran que no hay una interrelación sincera entre diferentes actores de la comunidad. Por ejemplo el área de cultura municipal y el área de turismo. No se ofrecen actividades culturales para vecinos ni visitantes que sean promovidas de manera conjunta.

En cuanto a la superestructura organizacional, se percibe cierta tensión negativa entre los organismos privados y públicos, que genera ciertas incoordinaciones y fallas. Esta última situación se registra claramente en la calificación de la administración privada del casino respecto de la administración pública como burocrática y perezosa.

En materia de promoción, la presencia de ENVITUR (Ente de Victoria de Turismo) de origen privado, ha sido de gran beneficio y un gran aporte en materia de

capacitación e instrucción. El ente cuenta con su propia oficina de informes frente al centro cívico de la ciudad.

Dos circuitos turísticos existen de relevancia⁵⁰. Por un lado, el circuito gastronómico conformado por varias ciudades costeras del Río Paraná, que gozan de la variedad de pescados que caracterizan la gastronomía local. Por otro lado, el circuito histórico que recomienda el Museo de la Ciudad “Carlos A. Anadón” bordeando el Centro Cívico de la ciudad.

Como menciona uno de los entrevistados, uno de los lugares que exigen una puesta en valor, son los atractivos culturales relacionados con la historia de la ciudad, como lo es el barrio Quinto Cuartel. Importante mencionar esto, ya que los edificios y lugares históricos del barrio Quinto Cuartel, no se encuentran actualmente integrados al circuito turístico histórico existente, como tampoco se encuentra el área del Cerro la Matanza, primer asentamiento poblacional. Se propone la integración del barrio Quinto Cuartel y Cerro La Matanza como parte del circuito histórico.

Victoria es la capital provincial del Carnaval, lo que los locales llaman “corso”. Fines de semana llenos de color. Todo victoriense se viste de colores para asistir y vivir el carnaval. El escenario principal se emplaza sobre la avenida costanera. No hay un sorprendente despliegue de carrozas y vestuario, pero se conserva el espíritu de esta tradición. Es este un elemento a rescatar y revalorizar, como observa uno de los entrevistados. “Victoria, no es espectador del carnaval desde una platea, sino que lo vive desde adentro”. Y es probable que esto la convierta en capital provincial del carnaval. Se tuvo la oportunidad de presenciar la elección de la reina del carnaval el pasado 13 de febrero.

Como se puede apreciar en material gráfico de promoción emitido en una acción en conjunto por parte de E.R.R.T.E.R. (Ente Regulador de los Recursos Termales de la Provincia de Entre Ríos), la Cámara de Comunidades Termales de Entre Ríos, la Casa de Entre Ríos y la Secretaría de Turismo de la Nación, se intenta posicionar a Victoria como un destino termal emergente y es el atractivo al que se presta más atención.

Hoy Victoria se encuentra nuevamente en una encrucijada de la fenomenología turística de la ciudad, en función de dos nuevos cambios trascendentes.

⁵⁰ Ver material de promoción gráfico en ANEXO.

En primer lugar, una importante plaza de visitantes de la ciudad que llegaban a visitarla para practicar juegos de azar en el Casino ya no lo hacen. La amenazante apertura del Hotel-Casino y zona de entretenimientos de Rosario (City Center) ha generado la reducción en la afluencia de visitantes a la ciudad, y la lamentable pero consecuente reducción de personal en el Casino Sol Victoria⁵¹. Se cree que esto es motivado por la falta de planificación del desarrollo de la actividad turística, que ha causado la actual dependencia del Casino para recibir visitantes. Esto se ve reflejado en que la Oficina de turismo Municipal, no cuenta con un presupuesto asignado, para la promoción y demás acciones que pudiesen colaborar al desarrollo sostenido del turismo en todas sus facetas. En consecuencia este tipo de acciones quedaron en manos privadas que promueven únicamente sus propios intereses dejando de lado la difusión de atractivos relevantes de la ciudad.

Por otro lado, en pocos meses se prevé la apertura total del parque temático termal, el más grande de Sudamérica.

La viabilidad de la explotación del recurso termal, hizo que se encontrare en un espiral de crecimiento representado en la proliferación de alojamientos hotelero y extrahotelero. Victoria es una ciudad con materia prima, con atractivos que en su conjunto, le darán jerarquía a la ciudad, a partir de su promoción.

Es ahora cuando se pone en cuestionamiento cuales son los pilares que hacen de Victoria una ciudad de relevancia turística.

7 Propuestas

No resulta obligatorio para una localidad, la corrección de todas sus debilidades, ni utilizar todas sus fuerzas. Sin embargo, se sugiere hondar en aquellas fuerzas y debilidades que afecten más las percepciones y comportamiento de los mercados objetivos. Fruto del análisis y reflexión acerca de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas del sistema turístico de Victoria, surgen las siguientes propuestas. Las reflexiones expuestas a continuación son sugerencias para la modificación de la realidad analizada y como material para la elaboración de futuros objetivos y líneas estratégicas para la confección de planes y programas.

⁵¹ Ver artículo periodístico incluido en ANEXO.

 Acción para el desarrollo de un plan de crecimiento turístico sustentable del Municipio de Victoria.

- Promover la participación de actores de diferentes sectores para generar políticas turísticas.
- Conseguir recursos económicos el fomento de investigación en turismo y la creación de un archivo estadístico público fiel de la actividad turística.
- Creación de políticas turísticas que promuevan el turismo vacacional desde los principales centros emisores turísticos nacionales.
- Promover desde la Oficina de Turismo Municipal la oferta gastronómica típica.
- Consolidar la imagen de Victoria diferenciándose de otros destinos de la región.
- Preseleccionar a los establecimientos que cumplen con los requisitos mínimos para su adaptación al turismo rural.
- Creación de un fondo Municipal de revalorización del patrimonio histórico-arquitectónico para la restauración y mantenimiento de las zonas de 5º Cuartel y Cerro la Matanza.
- Generar un proyecto que tenga como objetivo la restauración y embellecimiento de la zona portuaria de Victoria.
- Promover la creación de una agenda cultural nutrida de actividades y festividades municipales para combatir la estacionalidad del centro turístico.
- Promover la inversión de capitales privados en la creación de equipamiento hotelero.
- Utilizar el respaldo de las asociaciones provinciales para impulsar las locales.

 Acción para la formulación de una normativa fiel a las necesidades del Municipio y control del cumplimiento de la misma.

 Acción para la preservación de la flora y fauna típica el bajo Paraná.

 Acción para la ampliación de la infraestructura sanitaria.

PARTE IV
MATERIAL DE TRABAJO



¿Te gustaría vivir en la casa del espejo Mino?
Alicia, un instante después, había atravesado el
crystal y había saltado al Salón del espejo.
Lewis Carroll (Alicia a través del Espejo)

8 Bibliografía General

Fuentes Bibliográficas

- Acerenza, Miguel Ángel, Promoción Turística: un enfoque metodológico. Editorial Trillas (1993).
- Acerenza, Miguel Ángel, Administración del Turismo, Conceptualización y organización, Editorial Trillas, México, 1984
- Ander-Egg, Ezequiel, Introducción a la planificación, Buenos Aires, Editorial Lumen, (15ª Ed. 2da parte, 1995)
- Boullón, Roberto C., Planificación del Espacio Turístico, México: Ed. Trillas (2da Edición, 1990).
- Boullón, Roberto C., Los Municipios Turísticas, México: Ed. Trillas; 1995
- Boullón R., Las Actividades Turísticas y Recreacionales; México: Trillas; 1990.
- Boullón, R. Marketing Turístico: una perspectiva desde la planificación. Ediciones Turísticas, 2004.
- Boullón, R. Ecoturismo y sistemas naturales urbanos. Ediciones Turísticas (3ra Edición), 2003.
- Cárdenas Tabares F. Comercialización del Turismo: Determinación y análisis de mercados. 3ª Ed. México: Trillas; 1991.
- Cárdenas Tabares, Fabio. "Producto Turístico, localización e inversión" Editorial Trillas, México, 1995
- CICATUR. Metodología de inventarios turísticos. Documentos CICATUR. C.N.T. México. 1978.
- De la Torre, Oscar. "El Turismo. Fenómeno social" Editorial. Fondo de Cultura Económica, México, 1980
- Del Reguero de Oxinalde, Miguel, Ecoturismo, Editorial: Bosh Turismo.
- Domínguez de Nakayama, Lía, Relevamiento turístico, propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial, Tercera edición.
- García Ferrando, Manuel; Ibáñez, Jesús; Alvira, Francisco. "El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación". 3º edición, Madrid: Editorial Alianza, 2005.

- García Villa, Adolfo, Planificación y evaluación del turismo, Editorial Limusa, Primera edición, México, 1984.
- Hernández Díaz, Edgar Alfonso, “Planificación Turística, un enfoque metodológico”, Editorial Trillas, primera edición, México, 1982.
- Holloway, J. Christopher, “El negocio del turismo”, Cuarta edición, Editorial Addison Wesley Longman, Londres, 1994.
- Jiménez Herrero, Luis M., Desarrollo Sostenible, transición hacia la convolución global, Editorial Pirámide, Madrid, 2000.
- Kopecek, Julián, Turismo y Pobreza, Argentina: Ediciones de la UNLa (2007)
- Kottler, P ; Bowen, J; Makens, J; Ruffin Moreno, R; Reina Paz, M.D, Marketing para turismo, Madrid: Pearson Educación S.A. (3ra Edición), 2004
- Kottler, P ; Mercadotecnia de localidades: Ed Diana
- Krippendorf, Jost, “Marketing et Tourisme”, Editions Lang, Berna, 1971.
- Lorenzo, Eduardo. Crónicas de mi pueblo. Imprenta oficial. 1999.
- Molina, Sergio, Conceptualización del turismo. México: Ed Limusa (1989)
- Murature de Badaracco, María del Carmen. Historia de la Matanza – Victoria. Desde los Orígenes hasta 1900. Paraná: Editorial Nueva Impresora. (2da Edición,1968)
- Pampi Zeballos de Sisto, Turismo Sustentable ¿Es posible en Argentina? , Buenos Aires: Ediciones turísticas, 2003.
- Ripoll Graciela, Turismo popular, inversiones rentables,
- Sabino C. Como se hace una tesis. 1ª Ed. Caracas; 1994.
- Sabino, C. El Proceso de Investigación. 1ª Ed. Caracas: Editorial Panapo, 1986.
- Sancho, Amparo (Director). Introducción al turismo. Madrid : O.M.T, 1998.
- Toyos, Mónica. Massafra, Mercedes. Cómo escribir una tesis en turismo. Esquema metodológico, 1ª Ed. Buenos Aires: Ediciones turísticas, 2009.
- Vásquez, Aníbal S. Dos siglos de vida entrerriana. Paraná. 1ª Ed. Editorial Ministerio de educación. 1950.
- Vieytes R. Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. 1ª Ed. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias, 2004.

Recursos en páginas Web:

- Artículos periodísticos relacionados con la ciudad de Victoria disponibles desde: URL:
[http://www.diarioc.com.ar/economia/Luego de cinco anos inauguraron el p
uente Rosario-Victoria/32947](http://www.diarioc.com.ar/economia/Luego_de_cinco_anos_inauguraron_el_puente_Rosario-Victoria/32947)
<http://www.diariovictoria.com.ar/>
- Sitios de divulgación de información turística de Victoria disponibles desde URL:
<http://www.turismoentrerios.com/victoria/index.htm>
<http://www.victoriaer.com/>
<http://www.turismovictoria.com.ar/>
<http://www.victoriaglobal.com.ar/>
- Sitio oficial de la Municipalidad de Victoria disponible desde URL:
<http://www.munivictoria.gov.ar/>
- Pagina oficial del Ente regulador de recursos termales de la provincia de Entre Ríos disponible desde URL:
[http://www.entrerios.gov.ar/termas/vernoticia.php?id=58&var_bd=noticia&tipo
noticia=1](http://www.entrerios.gov.ar/termas/vernoticia.php?id=58&var_bd=noticia&tipo_noticia=1)
- Revistas electrónicas y notas de termalismo y/o talasoterapia disponibles desde URL:
<http://termasworld.com>
<http://www.termasalud.info/>
[http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/855/simposio-
fehgra855.html](http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/855/simposio-fehgra855.html)
<http://www.turismo.gov.ar/esp/termal/fstermalss.htm>
<http://www.termasdeentrerios.com/>
- Plan estratégico de desarrollo de recursos termales disponible desde URL:
<http://www.entrerios.gov.ar/termas/matestudio/Plan.pdf>
- Decreto N° 1183. Veda de nuevas perforaciones termales disponible desde URL: <http://www.entrerios.gov.ar/termas/matestudio/veda.pdf>
- Web Hotel Casino Victoria disponible desde URL:
<http://www.victoriacasino.com.ar/nuevo/index.php>

9 Anexos

- Ordenanza Municipal N ° 2472
- Ley 9678
- Ley 9714
- Artículos periodísticos
- Desgravación completa de entrevistas
- Perfil Socioeconómico. Municipalidad de Victoria Entre Ríos. Gestión 2003
- Material de promoción gráfico