Universidad Abierta Interamericana

Botnia-UPM y la Actividad Turística

"Impactos socioculturales en los residentes y en la actividad turística de Gualeguaychú a partir de la instalación de la planta de celulosa"

María Eugenia Oyarbide Corvalán
Matrícula 16055
Licenciatura en Turismo
Facultad de Turismo y Hospitalidad
Diciembre 2011

Agradecimientos

A la gente de Gualeguaychú, por su amabilidad y hospitalidad, un agradecimiento especial a todos aquellos que me brindaron la información necesaria para llevar adelante la investigación.

A Mauro y a su familia, quienes abrieron las puertas de su casa en Gualeguaychú y colaboraron en forma incondicional.

A todo el cuerpo docente por apoyarme en este trayecto de mi carrera, especialmente a Lía Oviedo, Marcelo Salinas y Nora Ferrara, por estar siempre que los necesité, y guiarme en este último gran paso.

A mis seres queridos, a todos los que me han dado su apoyo en este largo camino, y me acompañaron hasta el final.

María Eugenia Oyarbide Corvalán
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Diciembre de 2011.

Índice

Agradecimientos 2

Capítulo 1. Introducción a la investigación 6

1.1 Introducción 7

1.2 Tema 10

1.3 Problema 10

1.4 Preguntas secundarias 10

1.5 Hipótesis 11

1.6 Objetivos principales 11

1.7 Objetivos específicos 11

1.8 Justificación y propósitos 12

1.9 Limitaciones 13

1.10 Antecedentes 14

Capítulo 2. Marco teórico 17

2.1 Marco referencial 18

2.1.1 La ciudad de Gualeguaychú, generalidades 18

2.1.2 Ubicación 19

2.1.3 Caract. geográficas generales de la Provincia de Entre Ríos.. 23

2.1.4 Clima 23

2.1.5 Reseña histórica 23

2.1.6 Actividad económica 24

2.2 Marco teórico conceptual 25

2.2.1 ¿Qué es el turismo? 25

2.2.2 Teoría General de sistemas 28

2.2.3 Sistema turístico 31
2.2.4 Inventario de atractivos 35
2.2.5 Impactos socioculturales, aproximación 40
2.2.6 ¿Qué es la contaminación? 41
2.2.7 Desarrollo sostenible o sustentable 43
2.2.8 La problemática del mundo capitalista y los movimientos sociales 44

Capítulo 3. Metodología 47
3.1 Tipo de investigación 48
3.2 Universo de estudio 49
3.3 Operacionalización de variables 49
3.4 Fuentes primarias y secundarias 50
3.5 Selección y diseño de instrumentos de recolección de datos 51

Capítulo 4. Componentes del Sistema Turístico 53
4.1 Superestructura 55
4.2 La demanda turística 57
4.3 Atractivos 67
4.4 Equipamiento 87
4.4.1 Alojamiento 87
4.4.2 Alimentación 92
4.4.3 Esparcimiento 96
4.5 Promoción 100
4.5.1 Gualeguaychú, Marca Ciudad 101
4.6 Infraestructura 107
4.7 Comunidad local 111

Capítulo 5. Botnia-UPM y la A.C.A.G. Desarrollo del conflicto 112
5.1 Instalación de Botnia-UPM en Fray Bentos 113
5.2 Cronología del conflicto 115
5.3 Antecedentes en Pontevedra, España 120
5.4 La A.C.A.G y la defensa de la vida como estandarte 121
5.5 Comunicación Fray Bentos vs Gualeguaychú 122
5.6 Las herramientas de comunicación utilizadas por la A.C.A.G 127

Capítulo 6. Análisis de instrumentos de recolección de datos 130
6.1 Observación científica participante 131
6.2 Encuestas a turistas 138
6.2.1 Análisis de encuestas 142
6.3 Encuestas a residentes 155
6.3.1 Análisis de encuestas 158
6.4 Análisis de entrevistas 169

Conclusiones 175
Referencias bibliográficas 182
Anexos 189

1

Introducción a la investigación

1.1. Introducción

La población humana crece considerablemente, por lo tanto cada vez es mayor la demanda de las necesidades básicas para la vida del hombre. Esto implica un aumento de materias primas y de energías, de productos finales y de desechos, entre los que hay a menudo muchas sustancias tóxicas.

Este desarrollo ha provocado grandes alteraciones en la tierra: regiones enteras se han convertido en desiertos, han desaparecido especies de animales y vegetales para siempre, y otras están en peligro de extinción.

El hombre utiliza las materias primas naturales como si fueran inagotables; los productos finales y los materiales de desecho son volcados a la tierra, a las aguas, como si ellos pudieran asimilarlos sin sufrir ningún tipo de cambio.

La economía mundial exige un mercado de consumo en perpetua expansión, para dar salida a su producción creciente y para que no se derrumbe su tasa de ganancia, buscando pagar menores impuestos y mano de obra barata en los países subdesarrollados.

Por lo tanto, los países en vías de desarrollo y los ya desarrollados, juegan un papel sumamente importante, son quienes enfocan los problemas de distintos puntos de vista, de acuerdo a su conveniencia, sin tener en cuenta que pueden hacer desaparecer paisajes naturales y culturales entre otros.

Todos estos cambios también afectan la psiquis del hombre que necesita de los espacios verdes para relajarse y tener una vida mejor.

El turismo es una actividad altamente vulnerable y toda modificación en el entorno natural, cultural y cambios que se produzcan en la economía, pueden afectar de manera notoria el destino. [1]

En el presente trabajo de investigación, se abordarán los impactos socioculturales producidos por la instalación de la planta de celulosa **Botnia-UPM** sobre el río Uruguay, teniendo presente la importancia de los balnearios para el turismo de la ciudad, considerándose éstos como uno

---

[1] Organización Mundial del Turismo (OMT). ***"Introducción al Turismo".***1997.

de los principales atractivos de la zona, ya que los mismos podrían verse afectados si la contaminación existiese.

Además en el caso de una posible contaminación también se vería perjudicada la flora, la fauna y otros recursos fundamentales del medio ambiente. Causando cierto malestar en la sociedad local, así como también en el turista que llega a la ciudad en la búsqueda de disfrutar de algún atractivo natural.

El conflicto de la pastera Botnia-UPM, moviliza a gran parte de la población de Gualeguaychú y alrededores, que repudian de diversas maneras el funcionamiento de la planta. Y en un canto al futuro y con actitud positiva, lograron plasmar este reclamo en un eslogan que se ha expandido rápidamente por varios rincones del mundo: **"¡Si a la vida…No a las papeleras!".**

Esta disyuntiva social que se genera es el eje motivador de la investigación que se llevará a cabo, buscando responder de qué manera la misma influye en el desarrollo turístico de la ciudad.

Los sectores más dinámicos de la economía de Gualeguaychú, actualmente lo constituyen **el sector turístico y la actividad industrial.**

En lo que respecta a la actividad turística, existe una demanda estacional, de una elevada afluencia turística, principalmente de Capital Federal y Provincia de Buenos Aires, atraídos en su mayoría por el Carnaval del País [2] y los atractivos naturales de la región.

A lo largo del presente, se utilizarán en forma indistinta las palabras pastera o papelera para hacer referencia a la empresa Botnia, en la actualidad denominada UPM, luego de su cambio de nombre al ser adquirida por esta empresa de capitales finlandeses en diciembre del año 2009.

Por otra parte se hará mención en reiteradas oportunidades a la **Asamblea Ciudadana Ambiental Gualeguaychú (A.C.A.G)** para hacer referencia al grupo social que se formó en esta ciudad del sur entrerriano para mostrar oposición y dar a conocer sus posturas frente a la instalación de estas empresas.

---

[2] El **Carnaval del país** es un espectáculo a cielo abierto que se desarrolla entre los meses de enero a marzo, y es una marca registrada por los clubes sociales, culturales y deportivos de la ciudad.

El presente trabajo estará integrado por seis capítulos bien diferenciados entre sí.

En el primer capítulo se hará una introducción al lector sobre el tema a investigar, para luego en el segundo capítulo, poner de manifiesto los conceptos teóricos que rondan el presente.

En el tercer capítulo se hará referencia a la metodología utilizada en la investigación y una vez aclarado todos los conceptos anteriormente mencionados, en el capítulo cuarto se hará un relevamiento de los diferentes componentes del Sistema Turístico de la ciudad, con el fin de conocer el destino involucrado en la problemática que se estudiará.

Ya en el quinto capítulo, se pondrán de manifiesto los actores involucrados en la controversia, Botnia-UPM y la Asamblea ciudadana de Gualeguaychú, describiendo desde sus inicios el conflicto en sí.

En el último capítulo del presente trabajo, se analizará la información recabada a lo largo de la investigación, para finalmente presentar las conclusiones pertinentes.

1.2. Tema

Determinación de los impactos socioculturales en los residentes y en la actividad turística de Gualeguaychú a partir de la Instalación de la planta de celulosa Botnia-UPM.

1.3. Problema

¿Qué consecuencias e impactos socioculturales causó sobre los residentes y el turismo de la ciudad de Gualeguaychú, la Planta de Celulosa Botnia-UPM ubicada en las márgenes del Rio Uruguay, desde su instalación hasta el mes de Agosto de 2011?

1.4. Preguntas Secundarias

¿Qué cambios se produjeron en el comportamiento social y cultural de los residentes de Gualeguaychú a partir de la instalación de la pastera?

¿Cuál es la composición y el funcionamiento del Sistema Turístico de Gualeguaychú, a partir de la instalación de Botnia-UPM?

¿Qué efecto causó el comportamiento social y cultural de los residentes de Gualeguaychú en el turismo de la ciudad?

¿En qué medida se vio afectada la relación Turista-Residente?

¿Se produjeron modificaciones en la estrategia turística de la ciudad a la hora de promocionarse como destino para vacacionar?

1.5. Hipótesis

La presencia de Botnia-UPM ha provocado impactos socioculturales negativos en la ciudad de Gualeguaychú, los cuales afectan la relación Turista-Residente generando malestar en los visitantes que buscan disfrutar de la oferta de la ciudad, afectando directamente la elección de Gualeguaychú como destino turístico.

1.6. Objetivos Principales

1. Conocer los Impactos socioculturales que se han producido en los residentes de la ciudad de Gualeguaychú, por la instalación de Botnia-UPM.

2. Determinar de qué manera influyen dichos impactos en la demanda turística real de la ciudad.

1.7. Objetivos específicos

1. Conocer el comportamiento de la sociedad local en relación a la instalación de la pastera.

2. Identificar los diferentes componentes del sistema turístico de la ciudad a partir de la instalación de Botnia-UPM.

3. Analizar la demanda a partir de la instalación de la pastera.

4. Determinar y describir la relación Turista-Residente.

5. Identificar las acciones de promoción turística de la ciudad a partir de la instalación de Botnia-UPM.

1.8. Justificación y Propósitos

La investigación se llevará a cabo en la zona donde transcurre el conflicto, la ciudad de Gualeguaychú.

El tema a investigar es una problemática de interés actual. Está incorporado en la mente de la opinión pública, existiendo gran cantidad de bibliografía relacionada, así como también información publicada en la web.

La actividad turística en la ciudad de Gualeguaychú forma parte del eje central de su economía. Siendo esto tan importante, merece atención especial estudiar cómo afecta el conflicto de Botnia-UPM en su desarrollo.

El movimiento social generado por la instalación y posterior puesta en funcionamiento de la planta de pasta de celulosa en la ciudad de Fray Bentos, sobre las márgenes del rio Uruguay, es el hito motivador de la investigación que se abordará.

Se identificará dentro de la sociedad de Gualeguaychú, sus acciones, metodologías de protesta y como éstas se relacionan de manera directa con el turismo, ya que como se ha mencionado anteriormente, esta actividad cumple un rol primordial en la economía y vida de la ciudad del sur entrerriano.

Como finalidad esta investigación tendrá, analizar el contexto y determinar la existencia de impactos socioculturales producidos por dicho motivo, identificando si los mismos afectan puntualmente al fenómeno turístico en sí.

La presente investigación podrá contribuir y constituir un aporte a diversos organismos, tanto públicos como privados, como el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, la Asociación de Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú, y todos aquellos que encuentran relación de manera directa o indirecta con la actividad turística, pero en especial a los Residentes de la ciudad y a la Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú, debido a la importancia que posee la actividad turística en la región, y la estrecha relación existente entre el accionar de los mismos y la preservación y promoción del turismo.

1.9. Limitaciones

Una de las limitaciones del presente trabajo, ha sido la dificultad de conseguir estadísticas fidedignas en relación a la demanda de la ciudad, aunque desde el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, han cedido la información respectiva.

Los métodos que utiliza dicho organismo para la recopilación de datos, no son totalmente certeros, sino estimativos (Ver Capitulo Cuatro) además las estadísticas que realizan sobre la ocupación hotelera y extrahotelera, no tienen en cuenta a los diversos establecimientos ubicados en Pueblo Belgrano (Departamento de Gualeguaychú), donde se encuentra una parte importante de la oferta de la ciudad.

A pesar de esto, la Subsecretaría de Turismo, contabiliza dichos establecimientos en la oferta de alojamiento, por lo que los números finales no son coincidentes.

1.10. Antecedentes

En el marco de elaboración del presente trabajo se han encontrado cuatro investigaciones desarrollados con anterioridad, donde se abordan puntos importantes, por un lado un diagnóstico y relevamiento de la ciudad de Gualeguaychú que data del año 2005, y otro enfocado en la problemática ambiental y su impacto sobre el turismo a raíz de la instalación de la pastera Botnia-UPM, realizado en el año 2008, ambos efectuados en la Universidad Abierta Interamericana.

Así mismo, se han encontrado dos investigaciones relacionadas con el movimiento social generado luego de la puesta en marcha de la planta de celulosa Botnia-UPM, uno realizado en el año 2007 y otro en el año 2008.

Los mismos son los que se detallan a continuación:

Titulo: "El funcionamiento del sistema turístico en la ciudad de Gualeguaychú".
Autor: Pamela Bugnone.
Contexto: Trabajo final de grado. Licenciatura en Turismo UAI. Capital Federal. Junio 2005.

En este trabajo se realizó una investigación sobre el funcionamiento del Sistema Turístico de la ciudad de Gualeguaychú, con el fin de detectar los errores y problemas, para poder así, proponer posibles soluciones.

Se realizó un análisis sobre los distintos componentes del Sistema Turístico de la ciudad (demanda, oferta turística, Superestructura, comercialización y promoción).

En cuanto a los métodos utilizados para la recolección de información, se realizaron encuestas a visitantes y residentes; entrevistas al Secretario de Turismo de Gualeguaychú y al Director de la comisión de Carnaval, así como también se realizó un análisis FODA.

Entre las principales conclusiones que la profesional encuentra, se destacan las relacionadas con los insuficientes establecimientos de alojamiento y gastronómicos durante la temporada de mayor afluencia turística; así como también detecta la ausencia de planes de desarrollo turístico a nivel municipal, y la falta de una entidad profesional que organice y lleve a cabo la gestión del evento carnaval.

Titulo: "Una mirada turística sobre el futuro ambiental de Gualeguaychú"
Autor: Priscila Coccolo.
Contexto: Trabajo final de grado. Licenciatura en Turismo UAI. Rosario. Noviembre 2008.

En dicha investigación se lleva a cabo una evaluación del impacto turístico que producen las actividades de la pastera Botnia en la localidad de Fray Bentos, en los alrededores y zonas de influencia del río Uruguay, haciendo foco sobre la zona Argentina.

La Licenciada realiza un análisis del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (Región Litoral); así como también un estudio de la evolución del conflicto y la situación ambiental y turística en América Latina.

La metodología utilizada fue la recolección de datos documentales, crónicas periodísticas e información sobre la problemática ambiental, en cuanto a los datos primarios la investigadora recurrió a la observación directa como instrumento del trabajo de campo, con el agregado de entrevistas a personal idóneo al problema.

Entre las principales conclusiones del trabajo en cuestión se destacan la nueva significación de Gualeguaychú luego del conflicto.

Pero la consideración más relevante es que la posible contaminación afectaría la actividad turística, ya que son diversos los factores que influirían.

Titulo: "El movimiento asambleario de Gualeguaychú: construcción y reclamo (internacional, nacional y transnacional) de un derecho colectivo"
Autor: Gabriela Delamata
Contexto: Documento de trabajo N°31 de la Escuela Política y Gobierno de la Universidad Nacional de San Martin (UNSAM). Diciembre 2007.

Este trabajo es resultado de una investigación sobre el movimiento asambleario ambiental de Gualeguaychú, es un documento parcial y preliminar de investigación, y ponencias presentadas en congresos nacionales e internacionales.

Está orientado a comprender la construcción del reclamo en el seno del movimiento y su proyección en la escena pública.

El trabajo consta de dos partes, la primera trata la "politización de la forma de vida local" que constituye la fuente del reclamo de Gualeguaychú y la segunda, hace referencia a la política pública de defensa del derecho desarrollado por el movimiento asambleario.

En las conclusiones del trabajo, la investigadora destaca a la movilización de Gualeguaychú como el primer caso de conflicto local de dimensiones, alrededor de las nuevas modalidades de globalización económica, devolviendo el carácter conflictivo a los procesos económicos, sociales, políticos e institucionales involucrados en la expansión de empresas transnacionales.

Titulo: "El legado del Argentinazo: Un estudio de caso sobre la Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú".
Autor: Roxana Telechea, Licenciada en Sociología.
Contexto: I Jornadas Internacionales de investigación y debate político, "La crisis y la revolución en el mundo actual. Análisis y perspectivas". Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Noviembre 2008.
Pertenencia institucional: CEICS-CONICET.

En este trabajo se realiza un estudio de caso sobre la lucha contra la contaminación ambiental a través de una organización argentina: la Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú y su oposición a la instalación de dos plantas de pasta de celulosa sobre el río Uruguay.

El trabajo incluye el estudio de su formación, su desarrollo, la forma de organización interna, su relación con otras organizaciones ambientales, como Greenpeace y organizaciones uruguayas, su relación con el Estado y con otras organizaciones políticas.

La investigadora describe las distintas acciones llevadas a cabo por la Asamblea para cumplir con sus objetivos, y reflexiona sobre la dinámica que adquieren las asambleas populares en la toma de decisiones, comparando el caso, con el momento de auge en las asambleas surgidas luego de diciembre del 2001 que vivió la Argentina.

Luego de la introducción al tema de estudio, y aclarado los principales puntos sobre los cuales rondará la presente investigación, en el próximo capítulo se hará referencia a los conceptos teóricos y referenciales involucrados en la misma.

2

Marco Teórico

2.1. Marco Referencial

2.1.1. La ciudad de Gualeguaychú, generalidades [3]

La ciudad toma su nombre del río. La palabra Gualeguaychú es una deformación del término guaraní Yaguarí Guazú: Yaguar: Tigre; I: Río; Guazú: Grande, o sea "Río del Tigre Grande".

Gualeguaychú se caracteriza y es reconocida por ser la ciudad de los poetas, los campos, las playas y los carnavales.

Cuenta con un atractivo paisaje litoraleño, donde su principal recurso es el río. La ciudad posee espacios verdes que satisfacen las necesidades de la misma dentro de los límites de la Planta Urbana y también a escala regional.

El Río Gualeguaychú es el protagonista como recurso paisajístico. En la zona Norte y sobre la margen Oeste se han liberado terrenos para la conformación de playas y campings, que adquieren alta concurrencia en verano. El segmento central, coincidente con la trama consolidada, conforma un borde –Paseo de la Costanera –de gran valor espacial como paseo tradicional y punto de encuentro social.

Los clubes tradicionales, dotados de una infraestructura adecuada permiten la práctica de deportes y actividades sociales, recreativas y culturales. Están localizados en el área central y en sus alrededores, en coincidencia con las zonas de mayor población. La ciudad cuenta con canchas de golf, polo, rugby, fútbol, básquet, paddle, etc.

La actividad deportiva ha aumentado en los últimos años debido a la multiplicidad de torneos que se desarrollan. En la actualidad, los deportes recreativos, hipismo, pesca, canotaje, golf, son practicados por adultos y jóvenes ya que la zona presenta una excelente calidad de infraestructura deportiva.

La ciudad cuenta con áreas que reúnen características históricas que hacen al patrimonio heredado desde el desarrollo y apogeo de la ciudad.

---

[3] Disponible en internet: www.turismoentrerios.com/gualeguaychu/laciudad.htm. Consultado el 02 de Marzo de 2011.

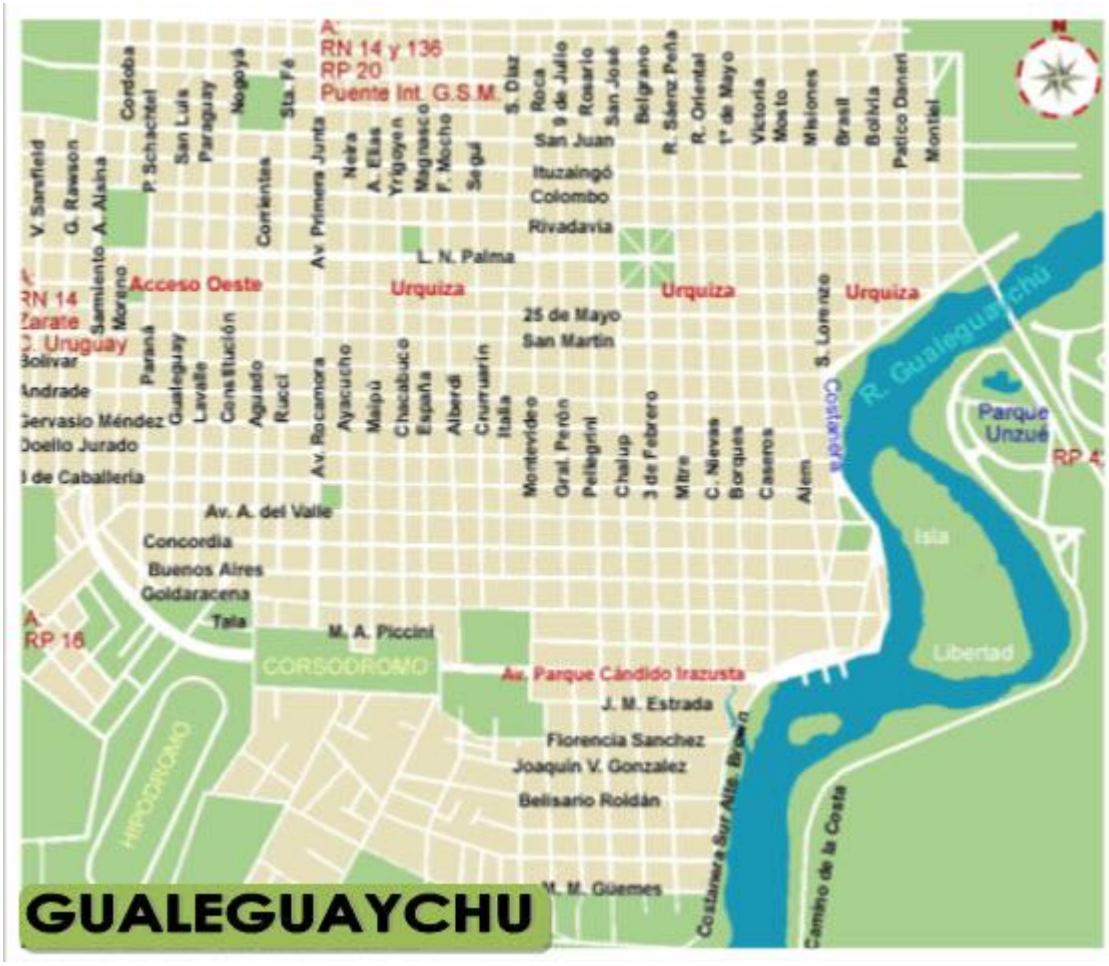
La vinculación, dentro del sistema urbano, de los espacios verdes, las playas y el centro de la ciudad constituyen un fuerte recurso de interés turístico.

2.1.2. Ubicación

Gualeguaychú es la ciudad cabecera del departamento homónimo, situada en el ángulo sudeste de la provincia de Entre Ríos.

Gualeguaychú y su ubicación en la provincia de Entre Ríos.

Departamento Gualeguaychú.



Plano de la ciudad Gualeguaychú.

La ciudad cuenta con los siguientes accesos:

- Acceso Norte, prolongación de Ruta Provincial N° 20, lo conecta con el centro de la Provincia.

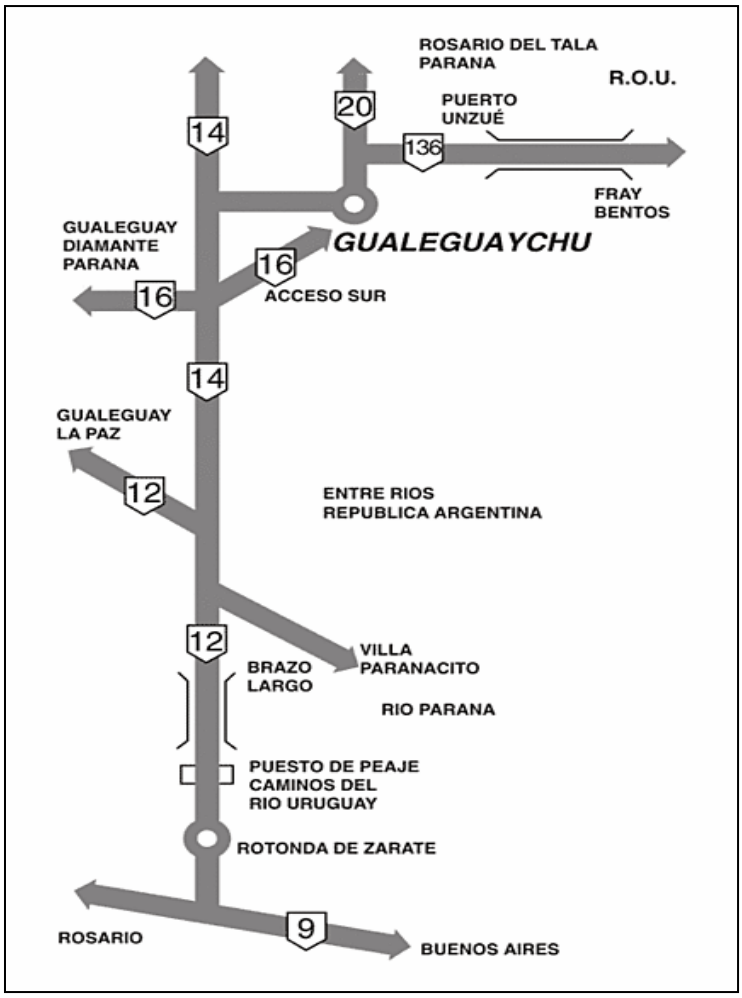
- Acceso a puente Internacional Gral. San Martín, Ruta Nacional N° 136, vinculación con la República Oriental del Uruguay.

- Acceso Oeste, que vincula a la ciudad con la Ruta Nacional N° 14, vía de comunicación con Buenos Aires y con el Norte de la Mesopotamia.

- Acceso Sur, prolongación de Ruta Provincial N° 16, que lo vincula con el Oeste de la provincia y es la intersección con la Ruta Nacional N° 14.

- Acceso Noroeste, prolongación de la Ruta Nacional N° 136 hasta su intersección con la Ruta Nacional N° 14.

Como consecuencia de la resolución de grandes obras viales nacionales internacionales, como el Complejo Zárate-Brazo Largo, el Puente Internacional "Gral. San Martín" (que lo vincula a la R.O.U.), la autopista mesopotámica (que lo vincula con Buenos Aires) y la pavimentación de rutas nacionales y provinciales, se ha producido un acercamiento a los principales centros emisores, que confieren a Gualeguaychú un rol receptor de flujos turísticos de singular importancia.



Accesos a Gualeguaychú.

2.1.3. Características geográficas generales de la Provincia de Entre Ríos[4]

La Provincia de Entre Ríos está situada entre los ríos Paraná y Uruguay.

Forma parte de la Mesopotamia, junto a las provincias de Corrientes y Misiones. 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.

Con esta última se encuentra conectada a través de tres puentes internacionales: Salto Grande, General San Martín y General Artigas.

El relieve predominante es la llanura ondulada. Sus lomadas, de pendientes suaves y crestas anchas, apenas exceden los 100 metros sobre el nivel del mar.

2.1.4. Clima

El clima de Gualeguaychú, al igual que en gran parte de Entre Ríos es templado pampeano, inviernos fríos, con heladas llegando a temperaturas bajas y veranos calurosos con temperaturas aproximadas de 35°C.

2.1.5. Reseña histórica[5]

Gualeguaychú fue fundada el 18 de Octubre de 1783 por el Sargento Mayor Don Tomás de Rocamora, durante el Virreinato de Vertiz.

Arribado al poblado y recibido por los vecinos, observa que el lugar dónde estaba el primer asentamiento era bajo y anegadizo, decidió el traslado más al norte, frente a la isla, hoy llamada Libertad.

De acuerdo a las Leyes de India, desbroza el terreno, realiza las mensuras, asigna los lugares públicos, reparte 85 solares, elige los integrantes del Primer Cabildo y el Santo Patrono, pasando a llamarse la Villa, San José de Gualeguaychú.

---

[4] Disponible en internet: www.cicyttp.org.ar/climatologiafca/PICT98/er_general.htm. Consultado el 02 de marzo de 2011.
[5] Disponible en Internet: www.gualeguaychuturismo.com. Consultado el 1 de noviembre de 2010.

El primer núcleo de población, compuesto por campesinos humildes y trabajadores, rápidamente se iría acrecentando con la llegada de criollos y gringos, jóvenes dispuestos al trabajo y con ansias de progreso.

Gualeguaychú sería elevada a categoría de Ciudad el 4 de noviembre de 1851, a partir de un decreto firmado por el General Justo José de Urquiza.

En el año 1890 se inauguró el ramal Gualeguaychú del Ferrocarril Central Entrerriano, su Estación y el Tranvía, llegando ambos hasta el Puerto que contaba ya con muelle de piedra.

El adelanto se hizo notable con la instalación del frigorífico a orillas del río en 1929, iniciativa tomada por la Cooperativa Ganadera, que en 1986 finalmente cerró sus puertas.

2.1.6. Actividad Económica

Una de las principales actividades económicas de Gualeguaychú es el turismo, a partir del denominado "Carnaval del País", que se desarrolla anualmente durante los meses de verano, atrayendo gran cantidad de visitantes de toda Argentina y del exterior.

Pero, también es una región con numerosos establecimientos ganaderos, importantes instalaciones de tambos y emprendimientos avícolas. Otra actividad con desarrollo considerable es la horticultura bajo cubierta y al aire libre.

El Parque Industrial Gualeguaychú, es otra actividad que se destaca. Posee un eficiente funcionamiento, alentado por su estratégica ubicación geográfica, se encuentra en el camino a los países del Mercosur. En el lugar funcionan fábricas de detergente, de silicatos, secado de madera, pastillas potabilizadoras de agua, reciclado de papel y plásticos, entre otras.

2.2. Marco Teórico Conceptual

Para comprender mejor la problemática planteada, es importante que se comience a definir algunos conceptos claves que intervienen en la misma.

2.2.1. ¿Qué es el Turismo?

El turismo se suele definir como la actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas – agricultura, construcción, fabricación- y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es una producción de servicios que varía dependiendo de cada país.[6]

El turismo como industria es un sector en crecimiento cada vez más presente en la economía internacional. Para muchos países constituye una de sus actividades fundamentales, generadora de ingresos, empleo y desarrollo. Por sus características tiene un importante impacto en el resto de los sectores económicos, ya que en muchas ocasiones es la actividad que proporciona mayor número de divisas al país.

Como se ha mencionado anteriormente, en el caso particular de Gualeguaychú, el sector turístico es un pilar fundamental en la economía de la ciudad, fomenta su desarrollo mediante inversiones, equilibra la balanza de pagos, genera gran cantidad de empleos directos e indirectos, especialmente en la temporada estival.

Según la OMT "*El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distinto al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (…)*"[7]

Respecto a esta característica que se hace mención en la definición de Turismo y en un intento por precisar que se entiende por entorno habitual, la OMT establece: "*El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente*". [8]

---

[6] "***Turismo, Hotelería y Restaurantes***". Ed. Lexus, Barcelona, España. Edición 2007.
[7] Organización Mundial del Turismo (OMT). ***"Introducción al Turismo".***1997.
[8] Organización Mundial del Turismo (OMT). ***"Introducción al Turismo".***1997.

En su libro "Comercialización del turismo", Fabio Cárdenas Tabares define al término turismo de una manera más amplia, expresa lo siguiente:

"Son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, religión, deportes y cultural(…)"[9]

Para el presente trabajo, se tomará como referencia ésta última definición, ya que la misma engloba diversas variables y conceptos que se ponen de manifiesto en el desarrollo de la investigación que se abordará.

Resulta relevante mencionar, las distintas formas de turismo y recreación existentes. Según el Arquitecto Roberto Boullón[10], existen numerosos matices técnicos, que al ser considerados, permiten distinguir varias formas que puede adoptar el turismo; y un par de ellas que corresponden a la recreación. Las diferencias entre una y otra, a veces son sutiles, pero lo suficientemente importantes como para originar una nueva clase. Estas son:

- Turismo receptivo, es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 hs. Y la finalidad del viaje, incluso, acepta que sea por razones comerciales, de estudio, de salud, o de trabajo, siempre y cuando, el empleo sea temporal.

- Excursionismo, corresponde al traslado de personas, al movimiento natural entre los habitantes de las ciudades ubicadas a cada lado del límite entre dos países. Es bastante común, a lo largo de las fronteras, en los puntos donde pasan carreteras, líneas ferroviarias y puentes internacionales, se localicen asentamientos humanos. La proximidad física acerca de las personas separadas por la línea del límite político, que resulta muy débil para dividir la que geográficamente es una unidad. Cada ciudad ofrece alguna ventaja a la otra, que son más baratas que en el país vecino.

---

[9] Cárdenas Tabares, F. "***Comercialización del Turismo: determinación y análisis de mercados***". Ed. Trillas, México 1997.
[10] Roberto Boullón. "***Las actividades turísticas y recreacionales***". Ed. Trillas, México. 1983.

- Turismo Interno, se entiende por el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un plazo mayor a 24 hs, pero menor a 90 días. Quedan incluidos por lo tanto como viajes de turismo interno, además de aquellos que se efectúan para vacacionar, los que se realizan por razones administrativas o de salud, y parte de los que se motivan en la realización de gestiones comerciales.

- Turismo Masivo, no es precisamente una forma de turismo, se refiere al volumen que puede adoptar cualquier flujo turístico a un sitio determinado sin tener en cuenta que forma de turismo practican los usuarios así calificados.

- Recreación, se entiende por cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice en una actitud placentera, siendo por lo tanto el turismo una forma particular de recreación. [11]

Tal como menciona el autor Luis Jiménez Guzmán, El turismo es un hecho social, para que se dé, entonces, la relación social entre turista y receptor, el primero se debe decidir a emprender un movimiento llamado kinesis, relativo a lo cinético, que tiene una particularidad, ya que se transforma posteriormente en su contrario, en lo opuesto al desplazamiento, en una permanencia, conocida teóricamente como estasis, que hace referencia a la estática.

El turista que se desplaza y que permanece, necesita para ello, estar provisto de bienes económicos, que tienen una vocación especial, la de poder ser intercambiados por otros bienes, que también poseen valor económico y que pertenecen al receptor.

Por lo tanto, el turista como el receptor son seres sociales, cada uno de ellos tiene una idea del mundo y una forma de concebir las relaciones con la naturaleza y con los demás seres humanos, además cada uno de ellos posee dentro de su sociedad una ubicación y un papel específico, unos valores y unas ambiciones, es decir una cultura particular. Por ello, los seres sociales están llamados a intercambiar experiencias sociales, produciéndose en Turismo una relación de experiencias sociales. [12]

---

[11] Miguel Ángel Acerenza, "***Administración del Turismo***". Ed. Trillas, México, 1991.

[12] Jiménez Guzmán, Luis. "***Teoría Turística. Un enfoque integral del hecho social***". Universidad Externado. Bogotá 1990.

Como se ha dejado en claro en párrafos anteriores, dicho estudio se basa en la determinación de impactos socioculturales en la sociedad de Gualeguaychú a partir de la instalación de la planta de celulosa y su afectación en el turismo.

Se entiende que dicha sociedad posee una ubicación y un papel específico, así como valores, ambiciones y propósitos particulares, que de una manera u otra pueden llegar a transmitírselos a los visitantes, generando de esta forma, un intercambio de ideas, un intercambio sociocultural. Se hace referencia principalmente al conflicto generado en la ciudad y sus habitantes por la instalación de la pastera, es posible pensar que al generarse un intercambio cultural entre turistas y residentes, dependiendo las formas, y el sentido de lo que se transmite, los resultados podrían ser tanto positivos como negativos.

Es preciso, para poder continuar con la investigación, mencionar las distintas partes del Sistema Turístico, pero para poder comprenderlo, primeramente es necesario definir que es un sistema, y para ello se comenzará con la teoría general.

2.2.2. Teoría General de sistemas

La Teoría general de sistemas (de ahora en más TGS), es un método holístico[13] (Holos: relacionado con todo) que busca conocer la complejidad organizada y la totalidad.

La misma, se propone como método común a todas las ciencias, e inicia el desarrollo de un método multi, inter y transdisciplinario. [14]

La teoría de sistemas favorece la comprensión y evaluación de la industria turística en un amplio contexto de relaciones e interacciones sociales. Plantea una ruptura de varios conceptos convencionales utilizados durante mucho tiempo, se percibe con ella que el turismo es más que el desplazamiento de individuos, más que los servicios que se puedan brindar a un turista, más que una actividad económica.

En otro de sus escritos, el autor Sergio Molina desarrolla de forma más profunda la TGS, especificando tres objetivos fundamentales:

---

[13] El término *holístico* hace referencia al enfoque integral de los hechos y fenómenos. Aborda conjuntos de problemas y las relaciones entre ellos hasta conformar un todo.

[14] Molina, Sergio. "***Turismo: Metodología para su planificación***". Ed. Trillas. México. 1997.

- *Las totalidades*, es decir, el estudio y evaluación de conjuntos de problemas, situaciones u objetos, los que no se podrían comprender si se abordaran de forma aislada.

- *La teología de los sistemas*, hace referencia a la preocupación por conocer y evaluar la conducta persecutoria de objetivos y metas que desarrollan los sistemas, toma en cuenta el comportamiento, la conducta que persigue el sistema para alcanzar sus objetivos.

- *Los isomorfismos*, es decir, las analogías de estructuras y de formas que se representan en los diversos campos de la ciencia.

En el presente trabajo, se deberá evaluar el conjunto de problemas a raíz de la instalación de la pastera, no solo a nivel turístico, sino también a nivel social, cultural, económico, etc. para poder determinar de esta forma, como afecta al campo específico de estudio, es decir, el área turística.

Así mismo, Sergio Molina enuncia una serie de principios de la TGS, estos son:

- *Totalidad*, haciendo referencia a que el todo es más que la suma de las partes, por lo tanto, el todo son las partes y sus relaciones.

- *Cualidad emergente*, se refiere a que un todo tiene atributos no reducibles a las partes que lo conforman.

- *Equifinalidad y multifinalidad*, la primera corresponde a la idea que los sistemas evolucionan de estados iniciales distintos a estados futuros o finales iguales. La segunda, indica que los sistemas evolucionan de estados iniciales iguales a futuros o finales distintos.

- *Diferenciación*, este principio afirma que los sistemas para sobrevivir y desarrollarse requieren que sus estructuras y funciones se vuelvan más complejas y diferenciadas.

- *Retroalimentación*, significa que los sistemas evalúan su comportamiento y aprenden del entorno a través de un proceso de observación. Dicho proceso resulta imprescindible para estabilizar dinámicamente la conducta del sistema.

El biólogo y filosofo austríaco Ludwing Von Bertalanffy, reconocido por ser el autor de la TGS, estableció la existencia de sistemas abiertos y sistemas cerrados.

"*Los sistemas abiertos son aquellos que intercambian energía, materiales e información con su medio ambiente o entorno. Por medios de canales de entrada y salida importan y exportan, comercian con su entorno. Por lo tanto, son sistemas dinámicos en constante cambio y adaptación (…)* "

Por el contrario, "*Los sistemas cerrados son aquellos que no mantienen intercambios con el medio ambiente. Estos sistemas son preocupación de la física ordinaria, de la fisicoquímica, de la termodinámica, siendo creaciones de laboratorio (…)*"[15]

Haciendo referencia al Sistema Turístico, se puede mencionar que se trata de 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.

Dicho sistema importa información, por ejemplo necesidades y expectativas de la población en torno al uso de su tiempo libre turístico, la cual es procesada por el sistema para elaborar productos y servicios que satisfagan esas necesidades y expectativas. Dichos productos son exportados por el sistema y se ofrecen a la población en general.

Otra variable que afecta la evolución del sistema turístico es la relativa a las políticas de desarrollo de un país. Estas políticas constituyen insumos para el sistema, teniendo que adaptarse a tales directrices generando productos que contribuyan al logro de los objetivos y metas planteados en el marco de esas políticas.

Una vez descripta la TGS, y finalizado con la conceptualización de los sistemas, se dará lugar a un tema que releva importancia en el presente trabajo, el Sistema Turístico y sus componentes.

---

[15] Molina, Sergio. "***Conceptualización del Turismo***". Ed. Limusa. México. Mayo 1989.

2.2.3. Sistema Turístico

Sergio Molina expresa que el Sistema Turístico es un conjunto de partes que se interrelacionan para alcanzar un objetivo en común. Dicho sistema está compuesto por la superestructura, la demanda, los atractivos, el equipamiento e instalaciones, la Infraestructura y la comunidad local[16]. El autor los describe de la siguiente forma:

- *Superestructura*: Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos clases de subsistemas: Organizacionales, que son los organismos del sector público, del sector privado y organismos intergubernamentales; y el subsistema conceptual, que son las leyes, reglamentos, planes y programas.

- *Demanda*: Constituida por los turistas, por los individuos y sus necesidades físicas y espirituales. Está compuesta por los turistas residentes en el país y los residentes en el extranjero.

- *Atractivos*: Constituyen los principales motivadores y orientadores del flujo turístico, y se clasifican de la siguiente manera:

  - Sitios Naturales.
  - Museos y manifestaciones culturales.
  - Folklore.
  - Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas.
  - Eventos programados.

- *Equipamiento e Instalaciones*: Conjunto de establecimientos especializados en la presentación de servicios turísticos y a las instalaciones que lo apoyan.

- *Infraestructura*: Es la que presta servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. La infraestructura sirve también en la gestión de otras actividades económicas. Pueden clasificarse en interna (redes telefónicas, agua potable, vías de comunicación) y externa (aeropuertos, carreteras, telégrafos, es decir, los sistemas que contribuyen a enlazar un destino con otro.)

---

[16] Molina, Sergio. "***Conceptualización del Turismo***". Ed. Limusa, México. Mayo 1989.

• *Comunidad Local*: Conformada por grupos de individuos que residen en forma permanente en los centros turísticos, también se los conoce como comunidad receptora.

A su vez, el autor de "Planificación del espacio turístico", Roberto Boullón, divide al sistema turístico de forma diferente a Sergio Molina, estructurándolo desde la demanda turística, la oferta, el producto, la planta turística y los atractivos, la infraestructura y la superestructura[17].

• *Demanda Turística*: Se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, atractivo, etc. y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo como se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios. La demanda se divide en diferentes formas:

❖ Demanda real, es la que indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado, en un lugar determinado, y la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

❖ El turista real-consumidor potencial: se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje, se deben tener en cuenta a la hora de diseñar las campañas de publicidad, de modo que llegan a los turistas durante su estadía para motivarlos a que visiten el mayor número de lugares posibles.

❖ La demanda histórica: es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado.

❖ La demanda futura: Se toma como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar determinado, para proyectar a partir del presente su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.

❖ La demanda potencial: es la que se podría obtener desde una plaza de mercado emisor no conquistada y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura como consecuencia del mejoramiento de los servicios y del aumento de la capacidad de alojamiento o por efecto de los

[17] Boullón, Roberto. "***Planificación del espacio Turístico***". Ed. Trillas, México. Mayo 1986.

sistemas de publicidad. El análisis de la demanda debe extenderse a un mejor conocimiento de los consumidores, mediante estudios sobre las preferencias motivacionales de los turistas a lo que se espera recibir y el nivel de satisfacción de aquellos que han pasado por el centro turístico.

- *La oferta turística*: El análisis económico entiende por la oferta a la cantidad de mercancía o servicios que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período determinado. Esta oferta está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan en el sistema turístico.

Para que un servicio se convierta en oferta debe ser conocido por el consumidor y eso se realiza a través de un proceso de venta.

❖ *Proceso de venta*: Encuentro de la oferta con la demanda, se realiza a través del proceso de compra-venta. El consumidor es quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta y no al revés. Otra particularidad es que a través del turismo, se comercializa servicios específicos y bienes que provienen de otros sectores. La oferta alcanzará efectivamente el mercado siempre y cuando su precio sea competitivo, es decir, que la interacción de la oferta con la demanda de alguna manera determina el precio de los productos.

- *El producto Turístico*: Está formado por los bienes y servicios que forman parte de la oferta.

- *La planta Turística y los atractivos*: la Planta Turística comprende al conjunto de establecimientos especializados de servicios turísticos y a las instalaciones que lo apoyan. Está integrado por dos elementos:

❖ El equipamiento: incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada, que se dedican a prestar servicios básicos. Se divide en cuatro grupos: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

❖ Las instalaciones: son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, son obras imprescindibles para que una actividad pueda realizarse.

Para operar la planta Turística requiere materia prima. En la industria la materia prima se obtiene de los recursos naturales y en el turismo es aportado por los atractivos.

Constituyen uno de los principales motivadores y orientadores de flujo turístico. Se clasifican en:

- ❖ Sitios Naturales
- ❖ Museos y manifestaciones culturales históricas
- ❖ Folklore
- ❖ Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
- ❖ Acontecimientos programados.

• *Infraestructura:* Se entiende por la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.

Es un condicionante del desarrollo turístico, ya que resulta imposible pensar en inversiones en aquellos lugares que permanecen incomunicados, aunque en ellos se localicen los atractivos de primera magnitud. La infraestructura puede formar parte de una red o un sistema.

Una de las funciones primordiales de la infraestructura red es vincular entre si los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir la circulación de personas, mercaderías, fluidos, energía y noticias.

La infraestructura se divide en dos: Externa e Interna. Es externa porque es general y es general porque sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a ninguno de ellos. La infraestructura interna, es la propia del destino.

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

• *Patrimonio Turístico*: Se determina a partir de la integración de cuatro elementos:

- ❖ Atractivos Turísticos.
- ❖ Planta Turística.
- ❖ Infraestructura.
- ❖ Superestructura.

Como se puede observar, ambos autores describen la composición del Sistema turístico desde perspectivas distintas.

Por un lado, Roberto Boullón, desde una mirada enfocada al ámbito comercial, haciendo especial énfasis en la demanda turística (clasificándola en forma detallada), en la oferta, el producto turístico y su proceso de venta.

En cambio, Sergio Molina, describe el sistema turístico de una forma más global, integrando los distintos componentes e incorporando al sistema a la comunidad local, que no ha sido tenida en cuenta por Boullón.

De todos modos, ambos presentan ciertas similitudes, en cuanto a la descripción de superestructura, infraestructura, atractivos, equipamientos e instalaciones.

Por lo tanto, para el presente trabajo, se tomará como válida la descripción del Sistema turístico según Sergio Molina, ya que dicho autor, toma en cuenta a la comunidad local, siendo para la investigación que se lleva a cabo, objeto de estudio primordial, basándose en su comportamiento, en como se ve afectada luego de la instalación de la pastera, y como dicha afectación puede llegar a impactar en el turismo de la zona.

2.2.4. Inventario de Atractivos Turísticos: Registro de información y evaluación[18]

Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos: el registro de información, y la evaluación de los atractivos turísticos.

El registro de información, es la recopilación de todos los datos referidos a los atractivos turísticos del área, ordenados según el siguiente sistema de clasificación:

[18] Cárdenas Tabares, Fabio. "***Proyectos Turísticos***". Ed. Trillas. Mexico.1996.

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPOS
1. Sitios Naturales	1.1. Montañas	1.1.1. Altas montañas 1.1.2. Sierras 1.1.3. Volcanes 1.1.4. Valles y quebradas 1.1.5. Mesetas 1.1.6. Áreas nevadas 1.1.7. Glaciares 1.1.n ..
	1.2. Planicies	1.2.1. Llanuras 1.2.2. Desiertos 1.2.3. Salinas 1.2.4. Altiplanos 1.2.n…
	1.3 Costas	1.3.1. Playas 1.3.2. Acantilados 1.3.3. Arrecifes 1.3.4. Cayos 1.3.5. Barras 1.3.6. Islas 1.3.7. Fiordos 1.3.8. Canales 1.3.9. Penínsulas 1.3.10. Bahías y caletas 1.3.n…
	1.4. Lagos, lagunas y esteros	
	1.5. Ríos	
	1.6. Caídas de agua	
	1.7. Grutas y cavernas	
	1.8. Lugares de observación de flora y fauna	
	1.9. Lugares de caza y pesca	
	1.10. Caminos pintorescos	
	1.11. Termas	
	1.12. Parques nacionales y reservas de flora y fauna	

2. Museos y manifestaciones culturales	2.1. Museos	
	2.2. Obras de arte y técnica	2.2.1. Pintura 2.2.2. Escultura 2.2.3. Artes decorativas 2.2.4. Arquitectura 2.2.5. Realizaciones urbanas 2.2.6. Obras de ingeniería 2.2.n…
	2.3. Lugares históricos	
	2.4. Ruinas y lugares arqueológicos	
3. Folklore	3.1. Manifestaciones religiosas, creencias populares	
	3.2. Ferias y mercados	
	3.3. Música y danzas	
	3.4. Artesanías y artes	3.4.1. Alfarería 3.4.2. Tejidos e indumentaria 3.4.3. Cueros 3.4.4. Maderas 3.4.5. Piedras 3.4.6. Tejido en paja 3.4.7. Instrumentos musicales 3.4.8. Máscaras 3.4.9. Objetos rituales 3.4.10. Pinturas 3.4.11. Imaginería 3.4.n…
	3.5. Comidas y bebidas típicas	
	3.6. Grupos étnicos	
	3.7. Arquitectura popular	3.7.1. Pueblos 3.7.2. Casas 3.7.3. Expresiones religiosas o paganas

4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1. Explotaciones mineras	
	4.2. Explotaciones agropecuarias	
	4.3. Explotaciones industriales	
	4.4. Obras de arte y técnica	4.4.1. Pintura 4.4.2. Escultura 4.4.3. Artesanía 4.4.4. Diseño industrial 4.4.5. Arquitectura 4.4.6. Realizaciones urbanas 4.4.7. Obras de ingeniería 4.4.n…
	4.5. Centros científicos y técnicos	4.5.1. Zoológicos y acuarios 4.5.2. Botánicos 4.5.n…
5. Acontecimientos programados	5.1. Artísticos	5.1.1. Música 5.1.2. Teatro 5.1.3. Festivales de cine 5.1.n…
	5.2. Deportivos	
	5.3. Otros	5.3.1. Fiestas religiosas y profanas 5.3.2. Concursos de belleza 5.3.3. Convenciones y congresos 5.3.4. Corridas de toros 5.3.5. Ferias y exposiciones 5.3.6. Juegos de Azar 5.3.7. Parques de recreación 5.3.8. Oportunidades especiales de compras 5.3.9. Vida nocturana 5.3.10. Gastronomía 5.3.11. Rodeos 5.3.12. Carnavales 5.3.n…

A la hora de evaluar los atractivos turísticos, se utilizará la clasificación que establece el autor Cárdenas Tabares, mediante jerarquías, de mayor a menor, siendo la más importante la jerarquía 5, hasta llegar a la jerarquía 0.

Los criterios son los siguientes:

Jerarquía 5: Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes.

Jerarquía 4: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5.

Jerarquía 3: 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 otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales.

Jerarquía 2: 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: Atractivos que forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

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

Una vez definidos los componentes del sistema turístico, así como también la metodología para registrar y evaluar los atractivos turísticos, se pasará a definir ciertos elementos intervinientes en la presente investigación.

2.2.5. Impactos socioculturales, aproximación

Para poder hacer referencia a los impactos socioculturales en el turismo, se deberá primeramente definir por separado los dos términos que intervienen.

Según el diccionario de la Real Academia Española[19], un i**mpacto** es:

- Una repercusión, una influencia importante.

- Huella o señal que deja.

- Efecto producido en la opinión pública por un acontecimiento, una disposición de la autoridad, etc.

En cuanto al término **sociocultural**, el diccionario de la Real Academia Española expresa lo siguiente:

- Perteneciente o relativo al estado cultural de una sociedad o grupo social.

Por lo tanto, se puede decir, que un **impacto sociocultural** es un conjunto de efectos o repercusiones en una sociedad o grupo social determinado.

Una vez definidos los conceptos intervinientes, se pasará a describir los impactos socioculturales de la actividad turística.

Según la OMT[20], en dicha actividad, entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual. Por lo que, los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos.

El encuentro de turistas y residentes tiene lugar en tres contextos principales:

---

[19] Disponible en internet: http://www.rae.es/rae.html. Consulta realizada el 27 de junio de 2011.

[20] Organización Mundial del Turismo (OMT). ***"Introducción al Turismo".***1997.

- Cuando el turista compra un bien o servicio al residente.
- Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos.
- Cuando ambos intercambian información y/o ideas.

El intercambio cultural que se produce en el turismo puede provocar impactos positivos y negativos. Cuando hacemos referencia a los positivos, hablamos generalmente de los beneficios económicos que éste genera, así como también mejoras en la infraestructura del destino, que además de servir como apoyo para la actividad genera satisfacción en los residentes, entre otros beneficios y factores de crecimiento que trae consigo.

En cuanto a los impactos negativos, habitualmente se hace mención a los que son provocados por la llegada del turista, afectando a los residentes por diversas cuestiones como diferencias socioeconómicas o culturales, exceso en la capacidad de carga tolerable del destino, etc.

Como se verá a lo largo del presente, la instalación de la empresa finlandesa Botnia-UPM, ha provocado impactos en la sociedad de Gualeguaychú, los cuales podrían transmitirse a través del intercambio de ideas o información, repercutiendo en el turismo, es aquí cuando se pone de manifiesto la relación turista-residente, uno de los hitos motivadores de la presente investigación.

Aquí no se está haciendo referencia a los impactos que puede generar la llegada de turistas en la comunidad local, sino por el contrario, como los residentes, debido a los conflictos que marcan su entorno, pueden llegar a afectar a los visitantes.

2.2.6. ¿Qué es la contaminación?

Debido a que uno de los motivos por los cuales se originó el conflicto de la pastera es el problema del futuro ambiental, es de suma importancia describir y conceptualizar, términos que se verán involucrados en dicho trabajo de investigación.

Para comenzar, se deberá detallar a que hace referencia el término contaminación. De acuerdo a lo que explica la autora Carolina Beltrami, la *contaminación* es uno de los problemas ambientales más graves que afecta a nuestro planeta, y se produce cuando la presencia cuantitativa o cualitativa de materia o energía genera un desequilibrio ambiental[21].

---

[21] Beltrami, Carolina R. "***La contaminación, el equilibrio en peligro***". Ed. Longseller, Buenos Aires. 2001.

Es la adición de cualquier sustancia al medio ambiente, en cantidades tales que cause efectos adversos en seres humanos, animales, vegetales, materiales o en el funcionamiento natural del ecosistema.

A su vez, la autora clasifica a la contaminación de la siguiente forma:

Contaminación biológica, se presenta cuando determinados microorganismos provocan un desequilibrio en la naturaleza; por ejemplo bacterias, hongos, virus, etc.

Contaminación física, está provocada por factores físicos o mecánicos, como son el ruido, las altas temperaturas, ondas electromagnéticas, etc. Tiene efecto a largo plazo que son difíciles de identificar pero se sabe que pueden provocar la muerte de algunas especies e influir en el desarrollo de ciertas enfermedades en el ser humano.

Contaminación química, es toda contaminación provocada por materia, especialmente por los compuestos orgánicos e inorgánicos. El control de este tipo de contaminación depende de las diferentes características físicas y químicas de las distintas sustancias.

También clasifica a la contaminación teniendo en cuenta su origen:

Contaminación natural, causada por fuentes naturales, como por ejemplo los fenómenos climáticos, etc.

Contaminación antropogénica, es la que está producida y/o distribuida por el ser humano; por ejemplo, la basura, el smog, y las descargas al aire, al suelo y al agua provenientes de procesos industriales o de la agricultura industrializada, donde se generan grandes cantidades de sustancias contaminantes.

Ocurre en áreas cercanas a zonas urbanas e industriales, en las que los contaminantes están centrados en pequeños volúmenes de aire, suelo y agua. Ciertos procesos industriales emiten contaminantes en forma de desechos sólidos o emisiones al aire y/o a la hidrósfera.

Tal como hace referencia Sergio Molina en su libro "Turismo y ecología", se puede agregar que los efectos de la contaminación sobre el medio ambiente natural son estudiados por la ecología, conocimiento derivado de la biología. Esta ciencia, además, mide las consecuencias

que produce la intromisión de perturbadores sobre un ecosistema dado, ya sean estos el hombre o algún tipo de depredador animal[22].

El autor agrega, que la ecología, no está en condiciones de solucionar, por sí sola, la actual problemática ambiental, especialmente caracterizada por la contaminación. Correspondería a la ingeniería el diseño de una tecnología cualitativamente menos dañina para la gestión natural, ya sea que esté enfocada a producir desechos menos peligrosos o a reciclarlos.

Es por tal motivo, que resulta relevante hacer énfasis en el concepto de desarrollo sostenible o sustentable.

2.2.7. Desarrollo Sostenible o Sustentable

La problemática ambiental es muy compleja y trasciende los planteamientos puramente ecológicos. La preocupación de algunos científicos, políticos, agentes económicos y ciudadanos en general, supera las consideraciones inmediatas del problema.

Se puede decir, que la calidad de vida de un individuo comienza con una actitud respetuosa hacia el entorno.

"El desarrollo sostenible o sustentable es aquel que satisface las exigencias del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de atender sus exigencias (…)"[23]

A su vez, el autor Luis Jimenez Herrero, en su obra "*Desarrollo sostenible*" afirma que ante las cuestiones del medio ambiente el reto es garantizar la convivencia planetaria haciendo viable un futuro común para todas las formas de vida.

El desarrollo sostenible debe estar expresado en un nuevo enfoque ético de la relación entre la sociedad y el medio ambiente con un sentido de perdurabilidad a largo plazo y de responsabilidad de la generación actual y futuras.

Adhiere además, que el desarrollo sostenible se presenta como un proceso de cambio y transición hacia nuevas formas de producir, consumir y distribuir, pero también hacia nuevas formas de ser, estar y conocer. [24]

---

[22] Molina, Sergio. "***Turismo y ecología***". Ed. Trillas, México. 1986.
[23] Beltrami, Carolina R. "***La contaminación, el equilibrio en peligro***". Ed. Longseller, Buenos Aires. 2001.

2.2.8. La problemática del mundo capitalista y los movimientos sociales

La población mundial crece a pasos agigantados, lo que provoca entre otras cosas, una demanda irracional de diversos insumos.

El impacto sobre el medioambiente derivado del aumento demográfico no es directamente proporcional al número de personas. Existe un efecto multiplicador que depende de numerosos factores vinculados a los estilos de vida y a las condiciones tecnológicas, económicas y sociales. [25]

Además, las estrategias de marketing de hoy en día, juegan un rol muy importante en la sociedad, están generando nuevas necesidades a cada momento, provocando una insatisfacción que solo es apaciguada mediante el consumo.

Es por lo anteriormente expuesto que para el presente trabajo, se deberá poner en juego dos aspectos centrales, por un lado el modo de producción capitalista que impera en el mundo, el cual requiere de un constante movimiento, de su famoso dinamismo y diversificación de productos. Y por el otro, la convivencia de estos elementos con el factor ambiental y los recursos limitados que utiliza el motor capitalista para poder seguir su curso.

Es así como surge el siguiente interrogante, ¿Cómo puede convivir y cómo se puede combinar el cuidado del medio ambiente, el futuro global con el desarrollo industrial sin limitaciones, la irresponsabilidad social, su falta de concientización en un mundo capitalista que anhela resultados de manera imperiosa?

Tal como hace referencia la autora María J. Regnasco, la civilización es víctima de su propio desenfreno, vinculado al modo de producción actual, en donde a diario alimentamos el calentamiento global con innumerables acciones que gran parte de la población, está muy lejos de empezar a considerar seriamente, se necesita de límites y regulaciones que hagan un desarrollo sustentable que comprometa a la sociedad civil, política y por sobre todo al mundo productivo. [26]

---

[24] Jiménez Herrero, Luis. "***Desarrollo sostenible: transición hacia la coevolución global***". Ed. Pirámide, Madrid. 2000.
[25] Jiménez Herrero, Luis. "***Desarrollo sostenible: transición hacia la coevolución global***". Ed. Pirámide, Madrid. 2000.
[26] Regnasco, María J. "***La sociedad de consumo – Para comprender la problemática del mundo actual***". 1 Ed. Imago Mundi, Buenos Aires. 2006.

Sería muy sencillo pensarlo desde esa perspectiva, pero en realidad resulta bastante complicado hablar de un desarrollo sustentable en las industrias del mundo capitalista, cuando hay tanto por ganar y tanto por perder.

En relación a esta problemática, Jiménez Herrero sostiene que, el modelo dominante se basa sobre la egoísta racionalidad del capitalismo avanzado y conducido por una lógica depredadora sobre la naturaleza, priorizando los intereses individuales sobre los colectivos, potenciando la riqueza y la desigualdad. [27]

He aquí un punto importante, la desigualdad existente entre los países desarrollados del norte, dominando ampliamente los subdesarrollados del sur.

Como se verá más adelante, en la década de los setenta, los países ricos del norte lograron imponer la forestación en los países del sur, así como también lograron que los emprendimientos forestales gozaran de exoneración de impuestos y la concesión de créditos muy favorables.

Los capitales finlandeses y los intereses económicos de por medio fueron más importantes que el futuro ambiental de la zona en cuestión, así como también el futuro de la sociedad involucrada.

Lo destacable en este caso, es la oposición que presentó la sociedad de Gualeguaychú ante estas industrias, que a pesar de todas las contraposiciones, continúa la lucha contra la pastera.

Aquí se está hablando de una sociedad entera, o gran parte de ella que se une por un fin determinado, por lo tanto, antes de continuar, es preciso describir y definir que es un movimiento social.

Un movimiento social es una forma de acción colectiva, y la existencia de una acción colectiva implica la preexistencia de un conflicto, de una tensión que trata de resolver esa acción.

Un movimiento social surge porque existen tensiones estructurales, que generan vulneración de intereses muy concretos, muy visibles, muy sentidos. También surgen porque otras formas preexistentes de solucionar

---

[27] Jiménez Herrero, Luis. "***Desarrollo sostenible: transición hacia la coevolución global***". Ed. Pirámide, Madrid. 2000.

ese conflicto no pueden llegar a él o no saben llegar a él, surge pues, porque existen carencias organizativas.

Un movimiento social surge además, porque a la gente no le gusta cómo se vive en general y como se vive la resolución de esa injusticia, de esa negación de intereses colectivos en particular.

Creen que los problemas, a favor de cuya solución ha decidido movilizarse, deben solucionarse de forma participativa, igualitaria y cooperativa, y por tanto buscarán organizarse, moverse de forma solidaria, participativa para solucionar esos problemas. Así prefiguran en su acción colectiva el mundo que tratan de establecer. Así, un movimiento es una respuesta a carencias valorativas e ideológicas[28].

Surge aquí una sociedad que no baja los brazos, que marca un hito en la historia, mostrando su descontento ante la peligrosa situación ambiental a la que podrían verse inmersos, buscando concientizar al resto de la población, dando a conocer su problemática, y la de todo el mundo entero si no se toma real consideración de los impactos negativos que se puedan producir en la naturaleza por la falta de control de las industrias, entre otras cosas.

Aquí ya no se estaría hablando de la petición de un manejo sustentable por parte de la pastera, sino directamente su erradicación.

Hasta aquí, se han desarrollado los principales conceptos involucrados en la presente investigación.

Se observa la importancia de la actividad turística en la ciudad de Gualeguaychú, ubicándose ésta como uno de los pilares fundamentales de su economía.

Se ha establecido la importante y más que trascendente relación existente entre turismo, sociedades, desarrollo sustentable, capitalismo, movimiento social, problemas ambientales e impactos socioculturales, trazando un paralelismo con el tema de estudio.

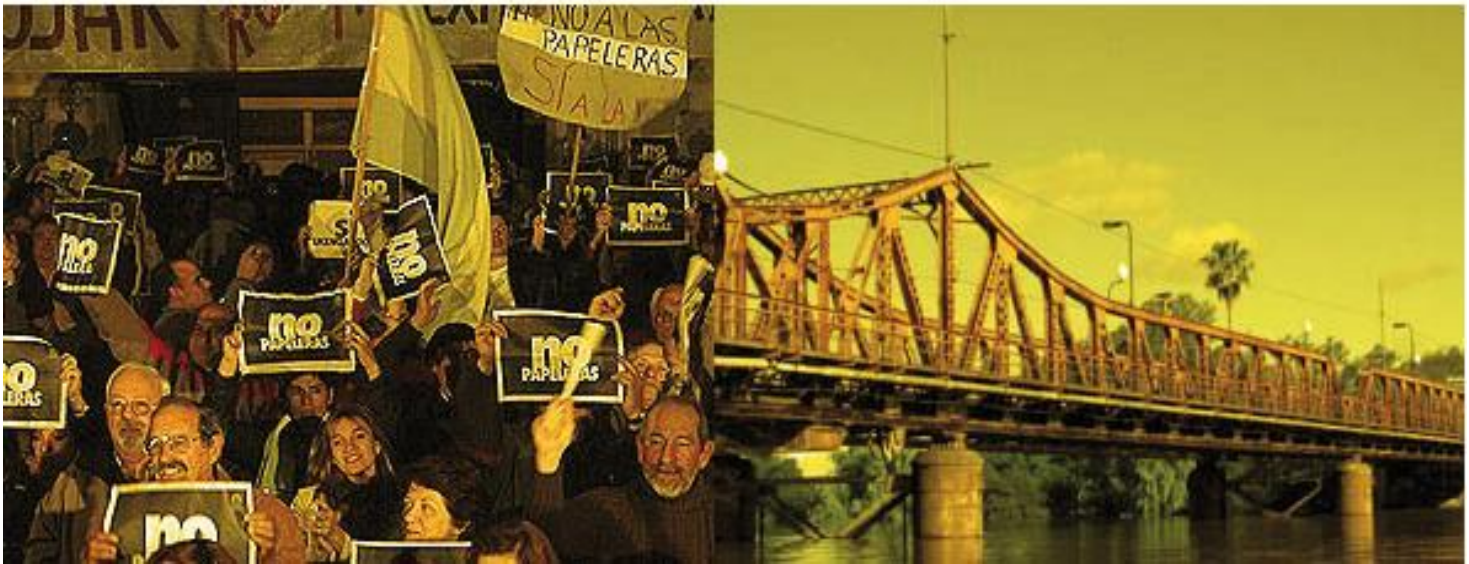
En el próximo capítulo, se observará la metodología utilizada, donde se detallarán entre otras cuestiones, el universo de estudio, las unidades de análisis y las variables involucradas.

---

[28] Anuario de Movimientos Sociales. Una mirada sobre la red. Elena Grau y Pedro Ibarra. Icaria Editorial y Getiko Fundazioa. Barcelona, 2000.

3

Metodología



3.1. Tipo de Investigación

La investigación que se realizará, será de tipo descriptivo-explicativo.

Se analizará el fenómeno social provocado por la instalación de Botnia-UPM, para determinar si él mismo impacta en el desarrollo turístico de Gualeguaychú.

La investigación descriptiva es la más utilizada en turismo y se la emplea cuando el objetivo de la investigación es la descripción sistemática, objetiva y precisa de las características de una determinada población o área de interés, en este caso puntual, la ciudad de Gualeguaychú.

Estos estudios tienen un componente temporal, puede sentar las bases para el diseño experimental. Permiten la utilización de cualquier técnica de recolección de datos y se los utiliza con mayor frecuencia en los estudios de casos y encuestas. Este se emplea, para determinar las preferencias del turista, el grado de satisfacción de los servicios, etc. La información obtenida facilita la toma de decisiones para el desarrollo del destino. [29]

En la investigación explicativa, la preocupación se centra en determinar orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos. El objetivo es conocer porque suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que ellos se producen. Poder explicar la razón o el porqué de las cosas.

[29] Sabino, Carlos "***El proceso de Investigación***". *Ed. Panapo, Caracas 1992.*

3.2. Universo de Estudio

El universo de estudio para la presente investigación es la Ciudad de Gualeguaychú, donde transcurre el conflicto.

3.3. Operacionalización de variables

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	VALOR
Residentes de Gualeguaychú	Edades		20-30
			31-40
			41-50
			más de 51
	Conflicto con Botnia-UPM	Interés por la problemática	si
			no
		Posición respecto a la instalación de la pastera	Conforme
			Disconforme
		Nivel de involucramiento en la lucha contra la pastera	Alto
			Medio
			Bajo
		Tipo de participación	Activa
			No Activa
	Actitud con los turistas	Relación con el turista	Buena
			Regular
			Mala

UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	VALOR
Demanda Turística	Edades		20-30
			31-40
			41-50
			más de 51
	Motivaciones	Carnaval del País	
		Playas	
		Parques y Plazas	
		Termas	
		Servicios	
		Museos y actividades culturales	
	Conflicto con Botnia-UPM	Posición respecto al conflicto con Botnia	A favor
			En contra
		Posición respecto a las herramientas y métodos de lucha contra la pastera	De Acuerdo
			Medianamente de acuerdo
			En Desacuerdo
	Relación con los residentes	Tipo de relación entre turistas y residentes	Buena
			Regular
			Mala
		Nivel de afectación durante la estadía del turista por el movimiento social generado a raíz de la instalación de la pastera.	Alto
			Medio
			Bajo

3.4. Fuentes primarias y secundarias

El autor de "El proceso de Investigación", Carlos Sabino, establece que los datos, según su procedencia, pueden subdividirse en datos primarios y datos secundarios[30].

Los primarios son aquellos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con sus propios instrumentos, en el caso particular de la presente investigación, los fuentes primarias han sido la observación científica participante, las encuestas a turistas y residentes, y las entrevistas a informantes claves.

Con respecto a los datos secundarios, son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos y muchas veces procesados por otros investigadores.

[30] Sabino, Carlos "***El proceso de Investigación***". *Ed. Panapo, Caracas 1992.*

3.5. Selección y diseño de instrumentos de recolección de datos

Carlos Sabino, determina que un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información[31].

Para la presente investigación, se han utilizado distintos instrumentos para la recolección de datos.

Se utilizó la observación científica participante, como instrumento para captar ciertas acciones y hechos sobre la ciudad de Gualeguaychú.

A través de este instrumento, se ha podido observar el comportamiento de los residentes, en una de las Marchas Anuales al Puente General San Martín, en repudio a la instalación de la pastera.

Además, se han realizado encuestas de tipo personal a turistas y residentes de la ciudad.

Para ello, se ha realizado un cuestionario con distintos tipos de preguntas: de tipo abiertas, para poder profundizar el tema y llegar a la posibilidad de descubrir respuestas u opiniones no previstas y de tipo cerradas, que permiten obtener respuestas de fácil codificación, además de brindar mayor agilidad al cuestionario.

La muestra realizada ha sido de tipo probabilística sencilla al azar, ya que una vez definido el tamaño de la muestra, se han tomado las unidades necesarias sin ningún criterio preestablecido pero siempre manteniendo la posibilidad de que todas pueden ser elegidos[32].

Con respecto a las encuestas realizadas a turistas, se ha encuestado a un total de cien personas que visitaban la ciudad, con el fin de conocer su opinión sobre la problemática planteada en la investigación, así como también, saber acerca de sus motivaciones, estado de satisfacción, entre otros.

En cuanto a los residentes, se han encuestado ochenta personas que residen en la ciudad de Gualeguaychú. El objetivo del cuestionario ha sido determinar los conocimientos y la opinión personal respecto al conflicto

---

[31] Sabino, Carlos "***El proceso de Investigación***". *Ed. Panapo, Caracas 1992.*

[32] Rey Lennon, Federico y Piscitelli Murphy, Alejandro "***Pequeño manual de encuestas de opinión pública***". *Ed. La Crujía, Buenos Aires 2004.*

con Botnia-UPM, así también como determinar diversos ítems que serán detallados dentro del Capítulo N°6 en el análisis de los instrumentos de recolección de datos.

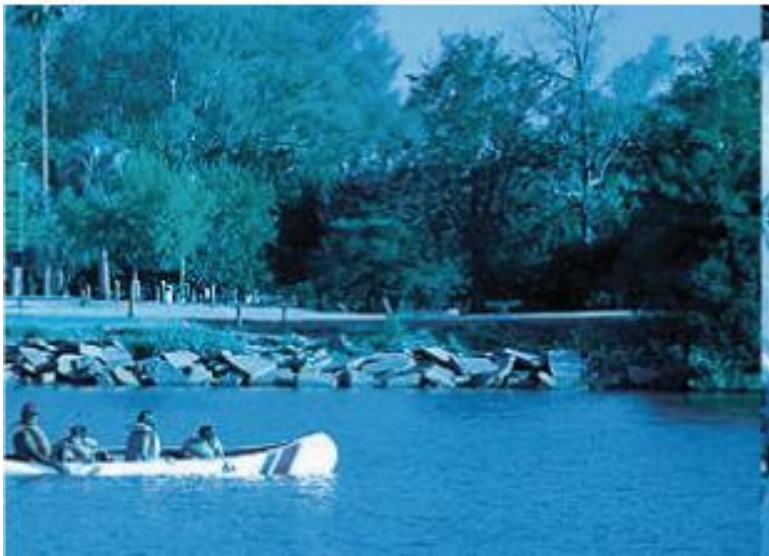
A su vez, se han realizado seis entrevistas, tres vía correo electrónico, mediante cuestionarios autoadministrados, debido a la dificultad a la hora de pactar el encuentro, y las tres restantes han sido de tipo personal, no estructuradas, guiadas por pautas.

Hasta aquí, se han estudiado los conceptos teóricos intervinientes, además de haber introducido con anterioridad los puntos a tratar en la investigación, se han desarrollado los instrumentos que se utilizarán para recolectar la información necesaria y de esta forma, realizar el análisis pertinente de lo recolectado.

En el próximo capítulo, a modo informativo, se realizará un relevamiento de los diferentes componentes del sistema turístico de la ciudad de Gualeguaychú

4

Componentes del Sistema Turístico



Componentes del Sistema Turístico

Debido a que la presente investigación no se basa específicamente en el relevamiento y análisis del Sistema Turístico de Gualeguaychú, en este capítulo se realizará una simple identificación de los distintos componentes del sistema, en cierta forma, a modo ilustrativo, con el fin de conocer el destino turístico involucrado en la problemática que se estudiará.

Resulta relevante aclarar lo anteriormente expuesto, debido a que el propósito de la investigación es conocer los impactos socioculturales producidos a partir de la instalación de Botnia-UPM y como los mismos afectan el turismo de la ciudad.

4.1. Superestructura

A nivel provincial[33], el organismo responsable de regular la actividad turística es la Sub Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos. La misma tiene sede en la ciudad de Paraná, y la autoridad máxima de dicho organismo es representada por el Sr. Arquitecto Adrián Stur.

En cuanto a las leyes y decretos que rigen en la Provincia para regular el Sector Turístico, podemos nombrar:

- Ley N° 9946: "Ley Provincial de Turismo". Tiene por objeto el desarrollo integral del turismo en la Provincia, referido a las medidas que al Estado Provincial le cabe en materia de protección, conservación, creación, planificación, investigación y aprovechamiento de atractivos y recursos teniendo en cuenta su desarrollo sostenible, estableciendo mecanismos de participación de los sectores públicos y privados, entre otros.

- Ley N° 7360 / Decreto 117-10: "Reglamentación de Alojamientos Turísticos". Tiene por objeto el desarrollo integral del turismo en la Provincia, quedando sujetos todos los establecimientos comerciales definidos como alojamientos turísticos que funcionan en la Provincia y los que puedan establecerse en el futuro. Se crea un sistema de clasificación de Alojamientos Turísticos, determinando el marco jurídico en el que deberían funcionar los mismos.

- Decreto 3177 / 83: "Reglamentación y Categorización de Campamentos Turísticos".

- Ley N° 8967 / 95: "Ley de Creación del Sistema Provincial de Áreas Protegidas". La ley distingue el dominio del área a proteger (público o privado) y la categorización del área, ya sea Parque Natural, Monumento Natural, Reserva Natural, Paisaje Protegido y Reserva de Uso Múltiple.

- Ley N° 9678: "Ley de Recursos Termales". El objeto de la ley resulta establecer el marco regulatorio del manejo de los recursos termales que se gestionen con fines terapéuticos, medicinales, recreativos y/o turísticos, cuyo lugar se sitúe dentro de la Provincia de Entre Ríos, planificando y determinando estrategias del

[33] Disponible en Internet: www.unatierradiferente.com/institucional/legislacion.php. Consultado el 30 de Marzo de 2011.

aprovechamiento de los recursos termales de una manera sustentable.

A nivel Municipal[34], la creación del Consejo Mixto "Gualeguaychú Turismo" ha sido una estrategia política muy importante para la actividad. La participación del sector privado legitima y valida las acciones del sector público.

Este organismo se creó por ordenanza N°10.481/01, se trabaja en forma mancomunada, con el fin de optimizar y promover el crecimiento y desarrollo turístico de Gualeguaychú. La autoridad máxima del Consejo es representada por la Sra. Presidente Analía Romani.

Además, está constituido por doce miembros titulares, de los cuales seis representan al Estado Municipal y los restantes seis al sector privado. Estos últimos son, el Sector Alojamiento, el Sector de actividades náuticas, recreativas, deportivas y turísticas, el Sector correspondiente a balnearios y campings, el Sector Gastronomía, el Sector Eventos Populares y el Centro de Defensa Comercial.

A partir de la creación de este consejo se ha logrado fomentar la participación ciudadana en el uso y disfrute del tiempo libre, favoreciendo las actividades culturales, deportivas y recreativas, así como también la concientización de la misma para una mejor recepción de visitantes y turistas.

[34] Disponible en Internet: www.gualeguaychuturismo.com/consejomixto.htm. Consultado el 15 de Mayo de 2011.

4.2. La Demanda Turística

En lo que respecta a este punto, podemos afirmar que existe una demanda estacional (verano), con una importante afluencia turística proveniente en su mayoría de Capital Federal y la Provincia de Buenos Aires. Notándose además, un incremento en los últimos años de visitantes oriundos de las Provincias de Santa Fe y Córdoba[35]. (Ver análisis de encuestas a turistas)

Debido a que la investigación se centra en la problemática relacionada con el conflicto desarrollado a raíz de la instalación de la pastera finlandesa Botnia-UPM, se realizará un análisis de la demanda a partir del año 2007, período en que la fábrica comienza a operar (No se han conseguido datos estadísticos anteriores al 2007).

A través de diversas entrevistas mantenidas con los encargados del centro de Información al Turista de la ciudad, se ha podido constatar que la información recopilada por el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo surge mediante la utilización de métodos cuasi artesanales, a saber:

- Llamadas telefónicas a los diversos establecimientos hoteleros y extra hoteleros (a pesar de que los campings forman parte de la oferta extra hotelera, los mismos se contabilizan por separado) para constatar la ocupación de los mismos. (En diversas ocasiones algunas llamadas no llegan a concretarse debido a distintos factores).

- Encuestas a turistas en los principales atractivos.

- Solicitud de información de ingreso de personas a la Dirección de Tránsito local (realizan el conteo de automóviles que ingresan cada fin de semana de la temporada alta, solo por el acceso sur de la ciudad, sin tener en cuenta los restantes accesos, y sin tener en cuenta que quienes ingresan pueden ser residentes de la ciudad. La cantidad de automóviles es multiplicada por cuatro para obtener un estimativo de los visitantes).

- Recopilación de datos reflejados en medios de comunicación locales.

Un dato importante a tener en cuenta, es que dentro de las estadísticas realizadas por el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, no se encuentra incorporada la información referente a los establecimientos hoteleros y extra hoteleros de Pueblo Belgrano, ya que este centro urbano

[35] Fuente: Municipalidad de Gualeguaychú. Secretaría de Turismo.

perteneciente al Departamento de Gualeguaychú, realiza sus estadísticas de forma independiente. Se ha solicitado la información en reiteradas oportunidades sin obtener respuesta alguna.

A continuación se presentan en los siguientes cuadros la cantidad de visitantes que pernoctaron en los distintos establecimientos hoteleros, parahoteleros y campings, discriminados según sea fin de semana o semana, durante los tres meses que dura la temporada estival, desde el año 2007 hasta el año 2011. Además, se presenta la información correspondiente a la cantidad de plazas totales por cada categoría de establecimiento.

2007

ENERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	470	730	340
Primer Fin de Semana	872	1544	1467
Segunda Semana	637	1229	831
Segundo Fin de Semana	960	1577	2004
Tercera Semana	686	1445	1173
Tercer Fin de Semana	980	1627	2836
Cuarta Semana	842	1096	1320
Cuarto Fin de Semana	980	1594	2010
TOTAL	**6427**	**10842**	**11981**

FEBRERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	656	1230	586
Primer Fin de Semana	980	1642	3374
Segunda Semana	695	1195	1124
Segundo Fin de Semana	980	1644	3471
Tercera Semana	646	1046	978
Tercer Fin de Semana	980	1661	2396
Cuarta Semana	617	780	733
Cuarto Fin de Semana	980	1644	3569
Quinta Semana	603	812	612
TOTAL	**7137**	**11654**	**16843**

MARZO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	901	1544	1271
Primera Semana	686	1079	1124
Segundo Fin de Semana	980	1644	3471
TOTAL	**2567**	**4267**	**5866**

CANTIDAD DE PLAZAS 2007	
HOTEL	980
PARAHOTEL	1661
PARCELAS DE ACAMPE	4890

2008

ENERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	421	836	54
Primer Fin de Semana	960	1504	1067
Segunda Semana	607	1220	574
Segundo Fin de Semana	911	1605	1895
Tercera Semana	637	1203	931
Tercer Fin de Semana	911	1655	2007
Cuarta Semana	725	1337	1552
Cuarto Fin de Semana	882	1638	2317
Quinta Semana	656	1162	681
TOTAL	6710	12160	11078

FEBRERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	911	1588	2335
Primera Semana	715	1270	1553
Segundo Fin de Semana	901	1655	3015
Segunda Semana	702	1205	1310
Tercer Fin de Semana	901	1621	4168
Tercera Semana	656	1354	1012
Cuarto Fin de Semana	852	1588	2752
Cuarta Semana	588	969	330
TOTAL	6226	11250	16475

MARZO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	903	1532	1050
Primera Semana	330	601	26
TOTAL	1233	2133	1076

CANTIDAD DE PLAZAS 2008	
HOTEL	980
PARAHOTEL	1672
PARCELAS DE ACAMPE	4890

2009

ENERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	761	1694	1575
Primera Semana	528	1235	1242
Segundo Fin de Semana	761	1747	2314
Segunda Semana	663	1235	1444
Tercer Fin de Semana	842	1712	2641
Tercera Semana	654	1164	1332
Cuarto Fin de Semana	845	1747	2662
Cuarta Semana	609	1412	824
TOTAL	**5663**	**11946**	**14034**

FEBRERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	860	1712	2566
Primera Semana	627	1376	1149
Segundo Fin de Semana	851	1747	3180
Segunda Semana	625	1200	1182
Tercer Fin de Semana	887	1729	3277
Tercera Semana	537	1094	1490
Cuarto Fin de Semana	878	1747	2256
Cuarta Semana	448	1553	658
Quinto Fin de Semana	878	988	1720
TOTAL	**6591**	**13146**	**17478**

CANTIDAD DE PLAZAS 2009	
HOTEL	**896**
PARAHOTEL	**1765**
PARCELAS DE ACAMPE	**4710**

2010

ENERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	672	1482	2060
Primera Semana	331	1248	20
Segundo Fin de Semana	734	1521	1320
Segunda Semana	259	799	19
Tercer Fin de Semana	734	1677	1185
Tercera Semana	474	1463	325
Cuarto Fin de Semana	806	1794	2062
Cuarta Semana	456	1209	245
Quinto Fin de Semana	833	1872	1700
TOTAL	**5299**	**13065**	**8936**

FEBRERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	465	1209	633
Primer Fin de Semana	806	1794	0
Segunda Semana	376	630	40
Segundo Fin de Semana	465	1034	330
Tercera Semana	370	1268	1260
Tercer Fin de Semana	815	1872	160
Cuarta Semana	412	819	0
Cuarto Fin de Semana	806	1755	641
TOTAL	**4515**	**10381**	**3064**

MARZO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	277	526	26
Primer Fin Semana	707	1451	320
TOTAL	**984**	**1977**	**346**

CANTIDAD DE PLAZAS 2010	
HOTEL	**896**
PARAHOTEL	**1951**
PARCELAS DE ACAMPE	**4710**

2011

ENERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primer Fin de Semana	738	1922	933
Primera Semana	364	1430	111
Segundo Fin de Semana	789	2016	1084
Segunda Semana	647	1313	55
Tercer Fin de Semana	880	2063	581
Tercera Semana	586	1664	46
Cuarto Fin de Semana	920	2157	1885
Cuarta Semana	597	1711	116
Quinto Fin de Semana	931	2180	2346
TOTAL	**6452**	**16456**	**7157**

FEBRERO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	576	1664	408
Primer Fin de Semana	900	2110	3819
Segunda Semana	556	1641	300
Segundo Fin de Semana	910	2133	3859
Tercera Semana	475	1477	732
Tercer Fin de Semana	880	2063	3156
Cuarta Semana	414	1195	63
Cuarto Fin de Semana	900	2110	449
TOTAL	**5611**	**14393**	**12786**

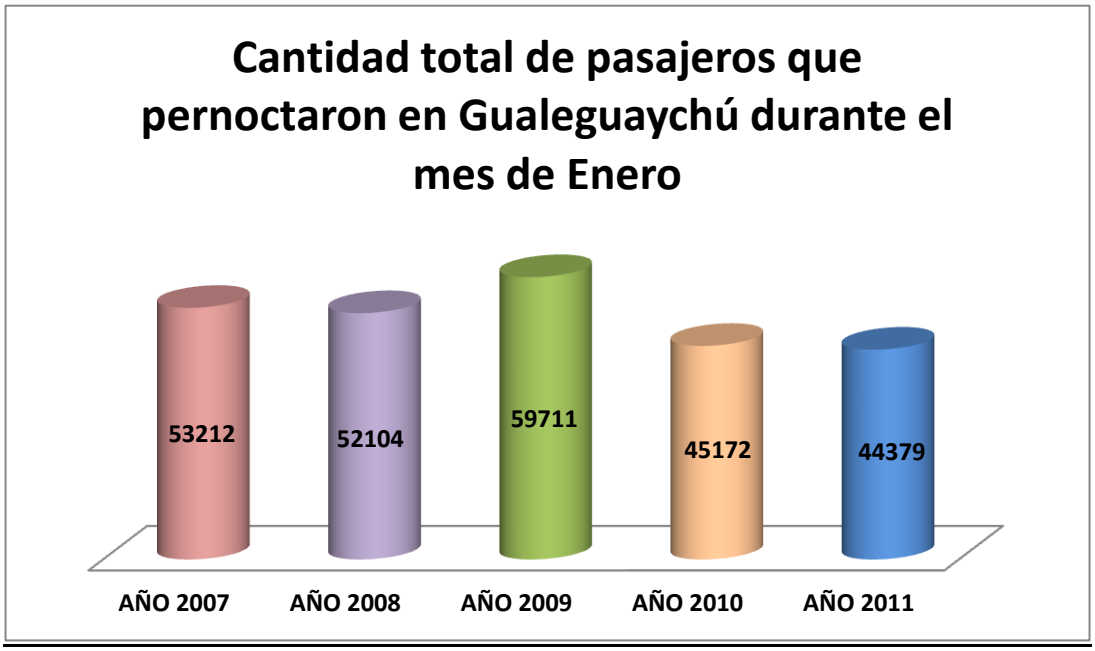
MARZO	HOTELES	PARAHOTELES	CARPAS
Primera Semana	455	984	47
Primer Fin Semana*	1001	2321	13294
Segunda Semana*	667	1772	0
TOTAL	**2123**	**5077**	**13341**

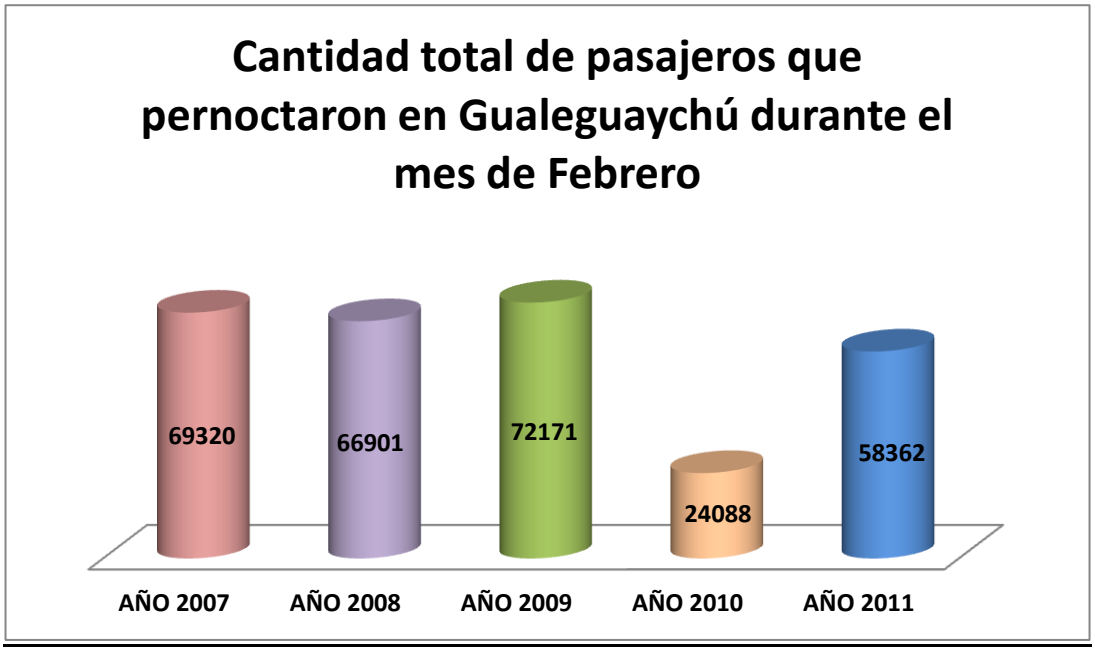
CANTIDAD DE PLAZAS 2011	
HOTEL	**1417**
PARAHOTEL	**2335**
PARCELAS DE ACAMPE	**4740**

A continuación se presentan los gráficos comparativos[36] que se elaboraron según datos expuestos anteriormente. A la hora de realizarlos y como dato importante a destacar, para determinar el total estimativo de pasajeros que pernoctaron por mes en los campings, se multiplica el valor

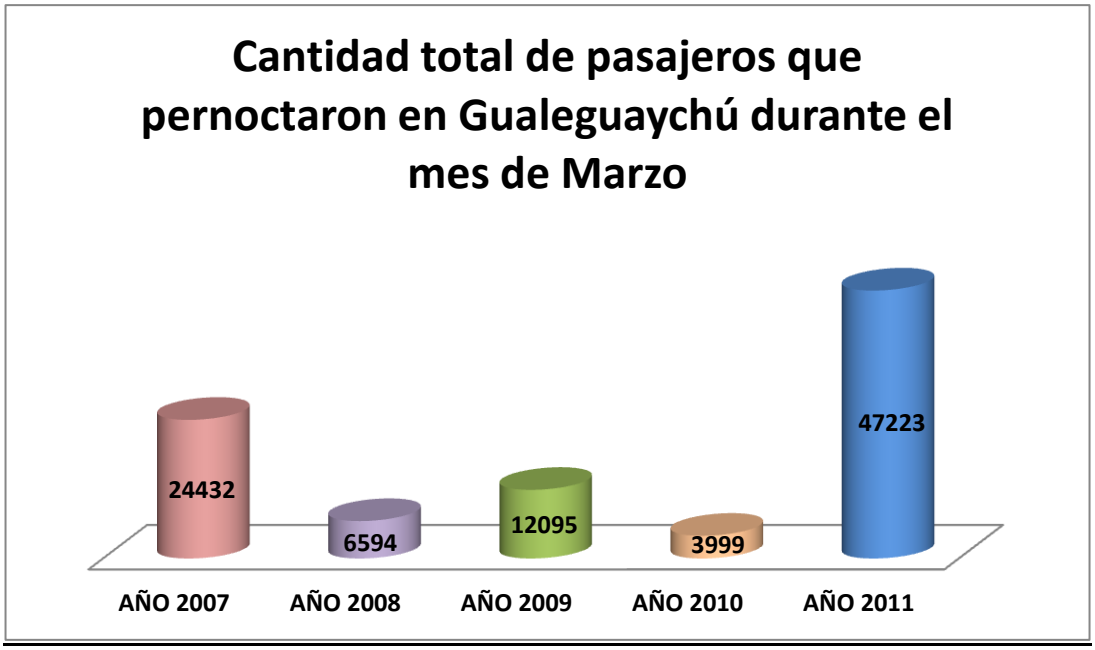
[36] Gráficos estadísticos de elaboración propia.

total de parcelas de acampe [37] . El resto se logra a partir de los datos brindados por el Consejo Mixto Gualeguaychú.





[37] Según datos brindados por el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, para obtener un promedio estimativo de personas que pernoctan en campings, se multiplica por tres las parcelas de acampe ocupadas.



Como se puede observar, surgen dos variaciones importantes en relación a la cantidad de turistas que pernoctaron en la ciudad. La primera, es el notable descenso durante el año 2010, ya que la ciudad se vio afectada por una condición climática desfavorable como fue la crecida de los ríos Uruguay y Gualeguaychú, haciendo desaparecer por completo las playas y distintos atractivos cercanos a la zona afectada[38].

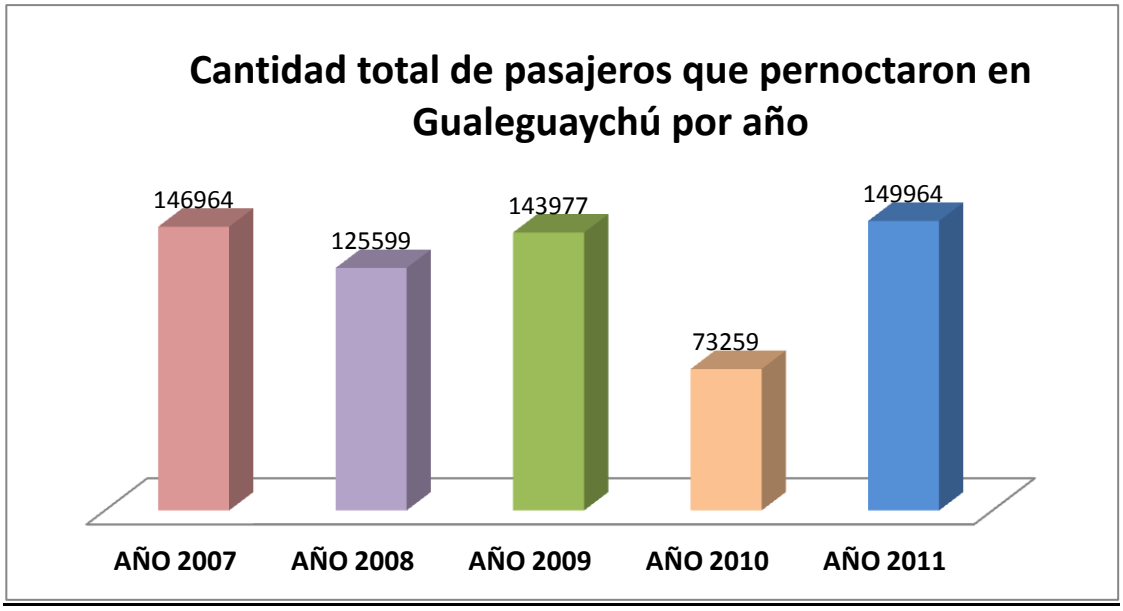
Lo mencionado anteriormente, impactó fuertemente en la ocupación de campings, bungalows y cabañas (ubicados a la vera del río), que como se observará más adelante en la oferta de alojamiento de la ciudad, son un pilar trascendente.

La segunda variación, se hace notoria en el mes de marzo del año 2011, debido a que se realizó un espectáculo de Carnaval adicional y especial, durante un fin de semana largo. Este feriado marcó un record en ocupación hotelera y extra hotelera, además superando las 30.000 entradas vendidas en cada noche en que se desarrolló dicho evento (Sábado 5 y Lunes 7) .[39]

[38] Disponible en internet: www.lanacion.com.ar/1231218-el-nino-no-dara-respiro-y-llovera-mas-de-lo-normal. Consulta realizada el 25 de febrero de 2011.
[39] Disponible en internet: www.lavoz.com.ar/ciudadanos/carnaval-gualeguaychu-cerro-con-30-mil-personas. Consulta realizada el 01 de Abril de 2011.

Además, es importante tener en cuenta que al ser las playas y el evento de Carnaval, los atractivos más importantes del destino, las condiciones climáticas afectan y muchas veces condicionan el ingreso de turistas durante los fines de semana en temporada estival, ya que como se desarrollará más adelante, el Carnaval se suspende por lluvia.

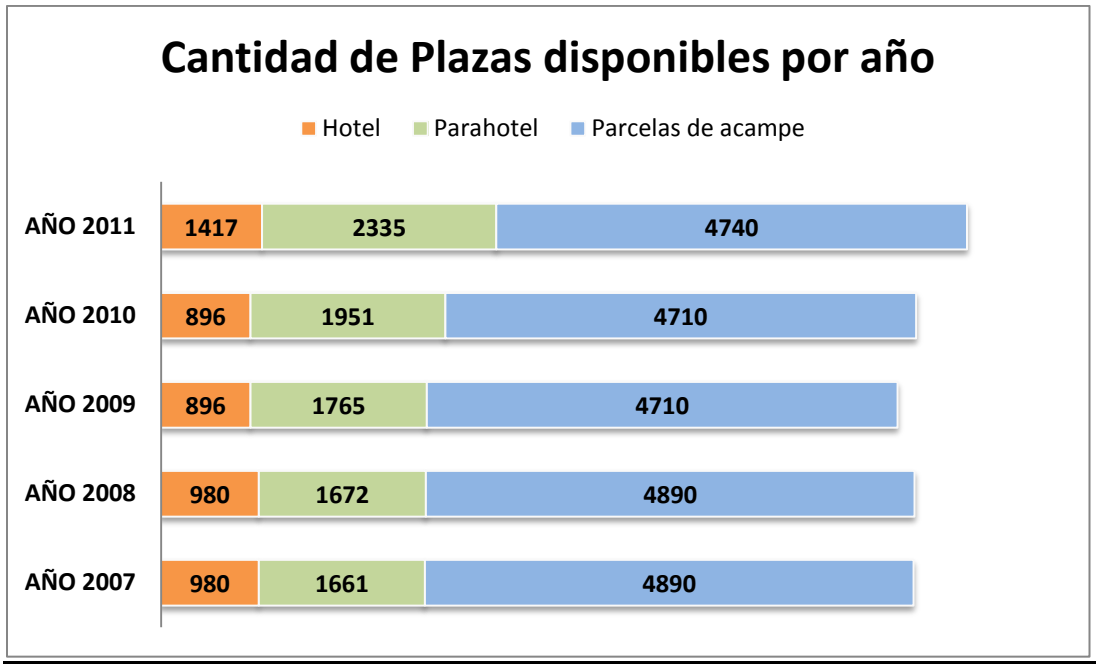
A continuación, se podrán observar los valores totales por año de pasajeros que pernoctaron en la ciudad.



Como se puede vislumbrar en el gráfico de cantidad total de pasajeros por año, y teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto respecto a los valores del año 2010, así como también trazando un paralelismo entre los distintos años con la cronología del conflicto desarrollada en el capítulo 5, **no se observan variaciones significativas** que demuestren aumento o disminución de visitantes debido a la problemática relacionada con la instalación de Botnia-UPM.

El siguiente gráfico[40], hace referencia a la cantidad de plazas disponibles por año, donde se puede notar a través de los años analizados, un incremento de plazas hoteleras y extrahoteleras y una leve disminución de parcelas de acampe.

[40] Gráficos de elaboración propia.



A su vez, estos valores son fundamentados por la Presidente de la Asociación Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú, Gloria Chesini[41], que afirma lo siguiente:

"Los hoteles crecieron, hay muchos que fueron agregando habitaciones y plazas, pero también hay muchas Cabañas y Bungalows nuevos. Se fomentó el turismo interno y personalmente creo que este incremento se debe a la devaluación".

Según datos suministrados por el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, respecto al promedio de estadía de los visitantes, en el siguiente cuadro se puede observar que a través de los años que se han analizado, no se registran variaciones significativas, notándose cierta similitud entre los mismos.

PROMEDIOS DE ESTADÍA				
2007	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
5 Días	5/6 Días	4/5 Días	5 Días	5 Días

[41] Gloria Chesini, Entrevista personal vía correo electrónico. Realizada por el autor, Buenos Aires, 11 de Julio de 2011.

4.3. Atractivos

Gualeguaychú presenta diversos atractivos interesantes para aquellos turistas que visitan la ciudad, principalmente atraídos por las playas y el Carnaval del País.

El paisaje litoraleño atrae a los visitantes que buscan descansar y disfrutar de la naturaleza, así como también aquellos que buscan relajarse, la ciudad dispone de dos complejos termales.

Es importante saber, que además Gualeguaychú presenta una oferta cultural en desarrollo constante, que si bien no es el motivador principal de la demanda, sirve de complemento a los atractivos antes mencionados.

A continuación, se podrá observar en el siguiente cuadro resumen, los diversos atractivos, agrupados por categoría, tipo, subtipo y jerarquía.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Costanera	Sitios Naturales	Caminos Pintorescos		2
Paseo del Puerto	Sitios Naturales	Caminos Pintorescos		0
Parque Unzué	Sitios Naturales	Parques		2
Isla Libertad	Sitios Naturales	Costas	Islas	0
Balneario Municipal	Sitios Naturales	Costas	Playas	2
Balnearios Privados	Sitios Naturales	Costas	Playas	3
Camino de la Costa	Sitios Naturales	Caminos Pintorescos		0
Río Gualeguaychú	Sitios Naturales	Ríos		3
Río Uruguay	Sitios Naturales	Ríos		3
Paseo de la Laguna	Sitios Naturales	Reserva de flora y fauna		0
Balneario Ñandubaysal	Sitios Naturales	Costas	Playas	3
Paseo de los artesanos	Folklore	Artesanías y Arte		1
Carnaval del País	Acontecimientos Programados	Otros	Carnavales	3
Casino Temático	Acontecimientos Programados	Otros	Juegos de Azar	3
Pueblos del Sur Entrerriano	Manifestaciones Culturales	Obras de Arte y Técnica	Realizaciones Urbanas	1
Azotea de La Palma	Museos y Manifestaciones Culturales	Museos		0
Museo Agricola Regional	Museos y Manifestaciones Culturales	Museos		0
Solar de los Haedo	Museos y Manifestaciones Culturales	Museos/Lugares Históricos		1

Casa de Andrade	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos		1
Casa de Deken	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos		0
Casa de Fray Mocho	Museos y Manifestaciones Culturales	Lugares Históricos		1
Museo Instituto Magnasco	Museos y Manifestaciones Culturales	Museos/Lugares Históricos		2
Museo Ferroviario	Museos y Manifestaciones Culturales	Museos		1
Teatro Gualeguaychú	Manifestaciones Culturales/Acontecimientos Programados	Obras de Arte y Técnica/Artísticos	Arquitectura/Teatro	2
Catedral San José	Manifestaciones Culturales/Folklore	Obras de Arte y Técnica/Manifestaciones religiosas	Arquitectura	2
Termas de Gualeguaychú	Sitios Naturales	Termas		2
Termas de Guaychú	Sitios Naturales	Termas		1

Nombre del Atractivo: Costanera	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Caminos Pintorescos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 2
Localización: Este camino se encuentra bordeando el río Gualeguaychú, desde el extremo sur del Balneario Norte hasta el terreno previo al Patrimonio Histórico del Ex Frigorífico.	
Características: La Costanera Gualeguaychense se divide en dos áreas diferenciadas,tanto por su apariencia paisajística como por los servicios y alternativas que ofrecen. La Costanera Norte J.F.M. Bernard se extiende frente a la zona de pubs, restaurantes, parrillas, heladerías, patios cerveceros, caracterizada por el sonido de bandas en vivo y la juventud sentada en el cordón de la calle. En el extremo opuesto, la Costanera Sur Alte. Brown, despliega su aspecto más rústico y sereno. Frente a ésta se encuentra el Club de Pescadores.	
Observaciones: Durante la temporada estival, desde el atardecer y hasta altas horas de la noche, transitar con vehículos se hace complicado debido a la gran cantidad de personas que pasean por la zona. En épocas de Carnaval, un tramo de la costanera se hace peatonal, lo que complica aún más el tránsito. En este sector de la ciudad grupos de jóvenes, parejas y familias enteras, utilizan la costanera como punto de encuentro.	

Nombre del Atractivo: Paseo del Puerto	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Caminos Pintorescos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 0
Localización: El Puerto se encuentra sobre la margen derecha del Río Gualeguaychú, frente a la Plaza Colón.	
Características: Es un trazado peatonal de tipo recreativo, deportivo y paisajístico del cual forma parte la histórica grúa en desuso desde los años ´60.	
Observaciones: Este paseo es ideal para caminar tranquilamente a la vera del río, alejándose un poco del bullicio y movimiento continúo de la costanera.	

Nombre del Atractivo: Isla Libertad	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Costas
Subtipo: Islas	**Jerarquía:** 0
Localización: Se encuentra frente a la Costanera Norte, cruzando el Río Gualeguaychú.	
Características: Tiene una superficie de 3 hectáreas y es territorio de residencias privadas. Hasta el año 1850 fue propiedad de Justo José de Urquiza, y en la actualidad es un centro de deportes náuticos, pesca deportiva y balneario en época estival. Se destaca un chalet con apariencia de castillo medieval, en cuyo interior se produjo en 1935 una misteriosa muerte, que dio origen a múltiples leyendas.	

Nombre del Atractivo: Parque Unzué	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Parques
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 2
Localización: Ubicado en la margen izquierda del Río Gualeguaychú, frente a la ciudad. Se accede a través del Puente "Claudio Méndez Casariego".	
Características: Es un centro turístico recreativo, conformado por 120 hectáreas arboladas. Se encuentra dividido en dos sectores por la ruta provincial N°12, quedando la zona sur o Parque Chico, urbanizado con clubes privados, restaurantes, áreas de recreación, juegos infantiles, servicios para embarcaciones, playas y lugares de pesca; y la zona norte o Parque Grande, un área silvestre de vegetación autóctona, privilegiada por la existencia de una laguna y atravesada por la llamada Pista de la Salud. Además aquí encontramos el Club Hípico, el Velódromo, y el sector de picnic.	
Observaciones: Durante los días soleados, tanto habitantes de la ciudad como turistas, utilizan el parque para disfrutar del día, realizando asados en las parrillas que se encuentras diseminadas por todo el predio, tomando mate o realizando actividades al aire libre. Generalmente, los lugares que presentan mayor afluencia de visitantes son los que se encuentran a orillas del río, siendo los de mayor tranquilidad los ubicados en la zona norte o Parque Grande. Durante los fines de semana, al atardecer, retirarse del parque en vehículo para cruzar el Puente Mendez Casariego resulta algo complicado, se requiere de mucha paciencia, ya que la salida es a paso de hombre.	

Nombre del Atractivo: Balneario Municipal	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Costas
Subtipo: Playas	**Jerarquía:** 2
Localización: A orillas del Río Gualeguaychú, Costanera Norte entre Urquiza y San Martín.	
Características: Conocido también como "Balneario Norte" o "De los obeliscos", de propiedad municipal, es una playa sin declive, con zona arbolada ideal para pasar la tarde frente al río. Ofrece servicios de bar, proveeduría, sanitarios y solarium.	

Nombre del Atractivo: Balnearios Privados	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Costas
Subtipo: Playas	**Jerarquía:** 3
Características: Gualeguaychú cuenta con extensiones y variedad de playas de costas arenosas y campings a la vera del río homónimo. Los balnearios mas destacados son: Puerta del Sol, Solar del Este, Fiorini, Papaya Beach, Parador Morena, Balneario Sur. Muchos de ellos cuentan con campings, y ofrecen diversos servicios al visitante.	

Nombre del Atractivo: Camino de la Costa	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Caminos Pintorescos
Subtipo: ---	**Jerarquía: 0**
Localización: Se extiende hacia el sur de la ciudad, cruzando el puente Méndez Casariego, bordeando el curso del Río Gualeguaychú.	
Características: Camino rústico en una zona rural, acompañado por complejos de cabañas y bungalows. Durante su recorrido se puede apreciar la Isla Libertad, el Club de Pescadores y el patrimonio histórico del Ex Frigorífico.	
Observaciones: Es un camino muy pintoresco, rodeado de viva naturaleza. Al estar bordeando el río, muchas veces durante las crecidas del mismo se ve afectado haciendo imposible su ingreso.	

Nombre del Atractivo: Río Gualeguaychú	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Ríos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 2
Características: El Río Gualeguaychú mide 268 Km. desde su nacimiento a su desembocadura en el Río Uruguay. La ciudad homónima se encuentra ubicada en las margenes de éste río. Es apto para realizar todo tipo de actividades como paseos en embarcaciones, pesca, deportes acuáticos, etc.	
Observaciones: El aspecto del río es limpio. Durante la temporada de mayor afluencia turística, muchas veces el mismo se ve afectado por la gran cantidad de desechos que arrojan en él, pero tanto el municipio como los mismos residentes, dotados de una importante conciencia a favor del medio ambiente se encargan de su limpieza, haciendo notar su belleza natural.	

Nombre del Atractivo: Río Uruguay	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Ríos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 3
Características: El Río Uruguay nace en territorio de Brasil y desemboca en el Río de la Plata, en el departamento de Colonia (Uruguay) y la provincia de Entre Ríos (Argentina). En él se pueden realizar diversas actividades como la pesca y la navegación, entre otras. Sobre las margenes pertenecientes al territorio uruguayo se encuentra instalada la pastera Botnia-UPM, frente al balneario entrerriano Ñandubaysal.	
Observaciones: La vista del río desde el territorio argentino se ha visto modificada luego de la instalación de la pastera, la inmensidad de la misma genera un fuerte impacto, y resta belleza al paisaje natural.	

Nombre del Atractivo: Paseo de la Laguna	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Reserva de flora y fauna
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 0
Localización: Ubicada en la zona Norte o Parque Grande dentro del Parque Unzué.	
Características: Es una reserva artificial de tres hectáreas de variada vegetación y diversas especies animales, a la cual se puede acceder a pie o en auto.	

Nombre del Atractivo: Balneario Ñandubaysal	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Costas
Subtipo: Playas	**Jerarquía:** 3
Localización: Ubicado sobre el Río Uruguay, a 15 Km. de la ciudad de Gualeguaychú.	
Características: Es uno de los balnearios mas importantes de la ciudad, ya que es el mas grande, posee la playa menos profunda del Río Uruguay, inserta en un entorno de vegetación agreste. Cuenta con importante equipamiento e instalaciones, se puede acceder en auto u omnibus.	
Observaciones: Desde el balneario se puede observar perfectamente las instalaciones de Botnia-UPM, y debido a su cercanía, éste podría ser el mayor damnificado. La imagen de la pastera provoca rechazo y un fuerte impacto visual.	

Nombre del Atractivo: Museo Agricola Regional	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Museos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 0
Características: La Sociedad Rural de Gualeguaychú expone en dos salas y un sector al aire libre, maquinarias, herramientas, fotografías y documentación que marcaron la evolución de la agricultura de la región, abarcando el período que va desde 1880 a 1930. Además cuenta con un comedor parrilla ambientado en la época, donde se pueden disfrutar diversos platos y asados en un entorno rural. El museo se encuentra dentro de uno de los galpones existentes en el predio de la Rural.	

Nombre del Atractivo: Paseo de los Artesanos	
Categoría: Folklore	**Tipo:** Artesanías y Arte
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 1
Características: Se encuentra frente a los galpones del puerto, a metros de la plaza Colón, donde se ofrece variedad de artesanías y productos regionales.	
Observaciones: Si bien es posible encontrar diversos puestos o negocios de venta de productos artesanales en la ciudad, resulta interesante encontrar en un área determinada, varios puestos juntos, brindando al visitante la posibilidad de elegir entre la variedad y comparar precio y calidad en los mismos.	

Nombre del Atractivo: Azotea de la Palma	
Categoría: Museos y manifestaciones culturales	**Tipo:** Museos
Subtipo: ----	**Jerarquía:** 0
Características: Construida en 1830 por Francisco Lapalma. Residencia del primer médico de la ciudad Don Juan Lapalma. El escritor Olegario Victor Andrade y sus hermanos vivieron allí en su niñez, en ella dejó de existir Isabel Frutos a los 18 años, la que murió de amor.	

Nombre del Atractivo: Carnaval del País	
Categoría: Acontecimientos programados	**Tipo:** Otros
Subtipo: Carnavales	**Jerarquía:** 3

Características: Espectáculo a cielo abierto que se desarrolla durante todos los sábados de enero, febrero y el primero del mes de marzo, donde desfilan carrozas y cientos de bailarines a través de los 500 metros que posee de largo la pista del corsódromo de la ciudad.

Éste espacio posee comodidades para albergar a treinta y ocho mil espectadores sentados en tribunas, palcos y zona VIP. Cinco son las comparsas de Gualeguaychú: Mari Mari, O´Bahía, Papelitos, Ara Yevi y Kamarr, pero sólo tres son las que compiten cada año. La comparsa campeona tiene el privilegio de volver a escena al año siguiente para poder defender su título.

Cada comparsa tiene un límite de doscientos sesenta integrantes como máximo, y un tope de cuatro carrozas y cuatro trajes de fantasía.

Cada año deben elaborar un tema o argumento que se desarrolla y representa a través de sus carrozas y trajes.

Observaciones: Estan muy bien distribuidas las ubicaciones para presenciar el evento, tribunas gratuitas al inicio y al final del corsódromo, palcos, sillas y zonas vip, con precios diversos (se abona el precio de la entrada, más el precio correspondiente a la ubicación). Las mejores ubicaciones son las que se encuentran cercanas a la "Casa Rosada", ya que frente a ésta se ubica el jurado, por lo tanto cada comparsa muestra lo mejor de sí en esta zona del corsódromo. Desde el año 2010 se hizo posible la compra de entradas a través de la empresa Ticketek, dando la posibilidad de abonar con tarjetas de crédito y obtener las mismas con anticipación, anteriormente solo se podían comprar en el corsódromo o a través de agencias de viajes.

Al ser un espectáculo a cielo abierto, el factor climático resulta decisivo, suspendiéndose las noches de lluvia.

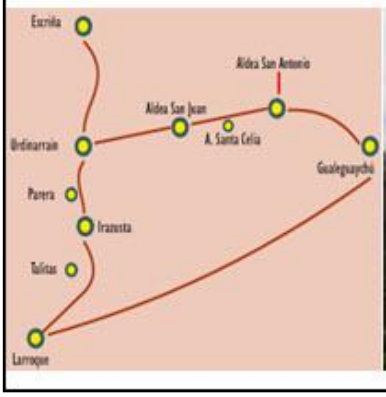
Nombre del Atractivo: Museo ferroviario	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Museos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 1
Localización: Plaza Estación Ferrocarril: Calles Maestra Piccini y Maipú	
Características: Data de 1910. Se exhibe la locomotora N° 81, gemela de última a vapor que circulara en el país; zorras, triciclos de vía, vagón comedor, etc.	

Nombre del Atractivo: Casino Temático	
Categoría: Acontecimientos programados	**Tipo:** Otros
Subtipo: Juegos de Azar	**Jerarquía:** 3
Localización: Ubicado en la calle Costanera y San Martín.	
Características: Posee amplios salones climatizados para disfrutar del azar, así como también una confitería donde sirven tragos. En la sección de juegos se puede desafiar a la suerte con los dados, craps, ruleta electrónica,black jack, máquinas traga monedas, punto y banca, etc.	

Nombre del Atractivo: Pueblos del Sur Entrerriano	
Categoría: Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Obras de Arte y Técnica
Subtipo: Realizaciones urbanas	**Jerarquía:** 1

Características: En las inmediaciones de Gualeguaychú se encuentras los pueblos del sur entrerriano: Urdinarrain, Larroque, Irazusta, Talitas, Parera, Britos, Aldea San Antonio, San Juan y Santa Celia; Gilbert, Santa Clara y Escriña, guardan un rico patrimonio arquitectónico, museístico y el de sus reconocidos poetas y artístas.

Las costumbres de los inmigrantes y las tradiciones gauchas siguen latentes en la vida cotidiana de la gente, en las fiestas, en sus comidas típicas y en su forma de vivir a paso lento.



Nombre del Atractivo: Solar de los Haedo	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Museos/Lugares Históricos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 1
Localización: San José y Rivadavia	

Características: Fue inaugurada como museo en 1987, ss considerada la casa mas antigua de la ciudad, ya que su construcción data de 1801. Exponente colonial primitivo. Aquí vivió siempre la familia Haedo y estuvo Giuseppe Garibaldi cuando invadió y saqueó la ciudad en 1845, instalando aquí su cuartel general y emplazando un pequeño cañón en la azotea apuntando a la casa del comandante militar de la ciudad, quien había sido sorprendido y tomado prisionero en su domicilio.

Nombre del Atractivo: Casa de Fray Mocho	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Lugares Históricos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 1
Localización: Calle Fray Mocho entre Rivadavia y Colombo	
Características: Casa natal de José S. Alvarez, periodista, escritor, costumbrista, fundador de la revista "Caras y Caretas". Luego de haber sido declarada Patrimonio Histórico Nacional, la casa se convirtió en un centro cultural.	

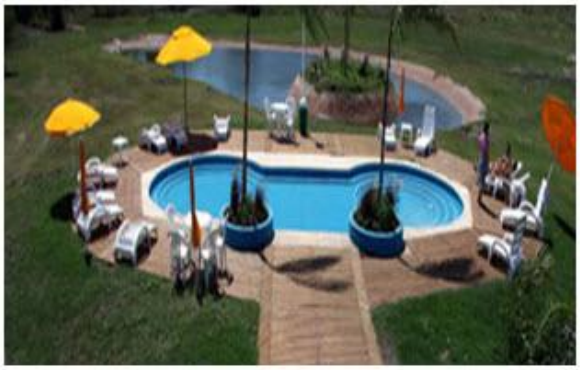
Nombre del Atractivo: Casa de Andrade	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Lugares Históricos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 1
Localización: Calle Andrade esquina Borques	
Características: Perteneció al Poeta Olegario Victor Andrade, quien la habitó entre 1862 y 1872. La construcción conserva su estructura primitiva, típica de la época colonial; asentada en barro con techo de tejas a dos aguas. Actualmente es municipal y se realizan actividades culturales y artísticas.	

Nombre del Atractivo: Museo Instituto Magnasco	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Museos/Lugares Históricos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 2
Localización: Calle Camila Nieves N° 78	
Características: Destacado por haber sido fundado particularmente por mujeres. El edificio resguarda en su interior la primera biblioteca del país, colecciones bibliográficas y museológicas, archivos de hemeroteca, entre otros. Fue fundado en 1889.	

Nombre del Atractivo: Catedral San José	
Categoría: Manifestaciones Culturales/ Folklore	**Tipo:** Obras de Arte y Técnica/Manifestaciones religiosas
Subtipo: Arquitectura	**Jerarquía:** 2
Localización: Entre Calles Urquiza y Palma	
Características: Su construcción comenzó en 1863 con el padrinazgo del entonces Gobernador Justo José de Urquiza y fue inaugurada en 1890 por el cura párroco Luis N. Palma. En el interior de la Catedral, se resguarda un antiguo órgano con mas de 2.200 tubos.	

Nombre del Atractivo: Casa de Deken	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales	**Tipo:** Lugares Históricos
Subtipo: ---	**Jerarquía:** 0
Localización: Calle 25 de mayo N° 734	
Características: Sala de exposiciones y conferencias, anfiteatro y centro cultural. La casa fue construida en 1914 para residencia de la familia Deken-Irazusta, que fue cedida al municipio por parte de la provincia en 1988.	

Nombre del Atractivo: Termas de Guaychú	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Termas
Subtipo: ----	**Jerarquía:** 1
Localización: Ubicado sobre la Ruta N°14 altura Km. 63,5 a 8 Km. de la ciudad de Gualeguaychú.	
Características: Es un complejo recreativo y de esparcimiento inserto en un paisaje campestre, con abundancia de aves y flora autóctona, que se complementan con las piletas de aguas termales con temperatura de hasta 40° rodeadas de amplios deck de madera. El complejo cuenta con baños y vestuarios, reposeras, sombrillas, un restaurante, bungalows dentro del predio, y servicios de Spa.	



Nombre del Atractivo: Teatro Gualeguaychú	
Categoría: Museos y Manifestaciones Culturales/ Acontecimientos Programados	**Tipo:** Obras de Arte y Técnica/Artísticos
Subtipo: Arquitectura/Teatro	**Jerarquía:** 2
Localización: Calle Urquiza N°705	
Características: Edificio de estilo francés, fue inaugurado en 1914. Tiene capacidad para 644 personas y pertenece a la Municipalidad desde 1994. En el año 2008 cerró sus puertas para dar inicio a obras de restauración, y finalmente fue reabierto en abril de 2011. En el año 1997 fue declarado Monumento Histórico Nacional.	

Nombre del Atractivo: Termas de Gualeguaychú	
Categoría: Sitios Naturales	**Tipo:** Termas
Subtipo: ----	**Jerarquía:** 2
Localización: Ubicado en la Ruta N° 42 a la altura del Km. 2.5, camino al Balneario Ñandubaysal.	
Características: Posee seis piletas de agua salada de tipo mesotermal, mineral o medicinal, con temperaturas oscilantes entre los 37° y 42°, dos de las cuales son cubiertas, destacándose una de éstas por sus doce hidromasajes. Para la temporada estival exibe dos piletas de agua dulce a temperatura natural. El complejo cuenta con un hotel de 20 habitaciones, bungalows, 8 dormis de troncos y un camping con amplias parcelas destinadas al acampe al ingreso del predio termal. Además, cuenta con drugstore, kiosco, alquiler de batas y sillas, un comedor parrilla, área de quinchos, un Spa, internet WiFi gratis en todo el predio y locutorio.	

Fichas de Actividades

Nombre de la Actividad: Parapente

Categoría: Deportivas

Localización: Aeroclub Gualeguaychú - Urquiza al Oeste y Ruta N°14

Características: Vuelos de bautismo con instructor. Se accede a una vista panorámica aérea de la ciudad y alrededores a 400 mts. de altura. La duración aproximada es de 20 minutos.

Estacionalidad: Todo el año según condiciones climáticas.

Nombre de la Actividad: Paseos Náuticos

Categoría: Esparcimiento

Localización: Río Gualeguaychú

Características: Desde el Balneario Norte o desde el Puerto local, salen embarcaciones que realizan paseos por las aguas del Río Gualeguaychú, y en algunos casos llegan hasta las aguas del Río Uruguay, conociendo la Isla Libertad, y admirando el paisaje natural que presenta el recorrido.

Estacionalidad: Todo el año

Nombre de la Actividad: Bicitour
Categoría: Deportiva
Localización: Ciudad de Gualeguaychú
Características: Recorridos guiados en bicicleta por la ciudad y el Parque Unzué, visitando los sitios más emblemáticos. Los grupos no pueden superar las cuatro personas, la duración del recorrido es de 2 hs. aproximadamente, sale $40 por persona. Se recomienda llevar ropa cómoda y deportiva.
Estacionalidad: Sábados y Domingos durante todo el año. Se suspende por lluvia.

4.4. Equipamiento

4.4.1. Alojamiento

Con respecto a la oferta de alojamiento, Gualeguaychú dispone de 27 establecimientos hoteleros de diversas categorías, con un total de 559 habitaciones y 1417 plazas disponibles[42].

En lo que respecta a la oferta extra hotelera, se pueden encontrar 85 establecimientos de este tipo, con un total de 555 habitaciones o unidades, y 2335 plazas disponibles. Además, existen 13 campings, con un total de 4740 parcelas de acampe.

Se debe tener en cuenta, que la ciudad posee una importante oferta de casas en alquiler durante la temporada estival, además de habitaciones en casas de familia. No se tiene registro sobre la cantidad de estas últimas, pero se tiene conocimiento de su existencia y gran aporte para la oferta de alojamiento de la ciudad.

A continuación, en el siguiente cuadro resumen se podrá observar la cantidad de establecimientos, discriminados y agrupados por tipo y subtipo.

ALOJAMIENTO		
TIPO	**SUBTIPO**	**CANTIDAD**
Hotelero	Hotel 4*	1
Hotelero	Hotel 3*	2
Hotelero	Hotel 2*	4
Hotelero	Hotel 1*	4
Hotelero	Hotel sin categoría	2
Hotelero	Hotel Boutique	1
Hotelero	Hotel de Campo	3
Hotelero	Posada	1
Hotelero	Residenciales "A"	9
Extrahotelero	Hostel	6
Extrahotelero	Apart Hotel	5
Extrahotelero	Bungalows	71
Extrahotelero	Estancias	3
Extrahotelero	Campings	13
Extrahotelero	Camas en Casas de Familia	---
Extrahotelero	Casas en Alquiler	---

[42] Fuente: Municipalidad de Gualeguaychú. Secretaría de Turismo.

En el cuadro que se expone a continuación, se podrá observar los diversos establecimientos hoteleros y extra hoteleros, discriminados por categoría, junto con la cantidad de habitaciones o unidades que cada uno posee, además de las plazas disponibles.

ALOJAMIENTO HOTELERO			
NOMBRE	**TIPO**	**TOTAL DE HABITACIONES O UNIDADES**	**PLAZAS DISPONIBLES**
Aguay	Hotel 4*	30	70
Embajador	Hotel 3*	77	170
Los Angeles	Hotel 3*	29	70
Berlín	Hotel 2*	19	45
Guayrá	Hotel 2*	31	70
Puerto Sol	Hotel 2*	20	48
Viedma	Hotel 2*	20	60
Hotel Termas de Gualeguaychú	Hotel 1*	20	50
Costa del Uruguay	Hotel 1*	16	43
La Posada del Charrúa	Hotel 1*	14	32
Yaro	Hotel 1*	25	50
Arroyo Verde	Hotel sin categoría	10	26
Tykuá	Hotel sin categoría	17	38
Catedral	Hotel Boutique	6	20
Valdemoro	Hotel de Campo	6	18
Itapeby	Hotel de Campo	1	10
Bolacuá	Hotel de Campo	22	62
Posada del Puerto	Posada	25	64
Abadía	Residencial	22	73
Alemán	Residencial	24	57
Amalfi	Residencial	15	36
Barraca	Residencial	14	41
Brutti	Residencial	20	55
Entre ríos	Residencial	30	60
Italia	Residencial	11	50
Leonardi	Residencial	19	67
Nuevo Sierra	Residencial	16	32

ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO			
NOMBRE	**TIPO**	**TOTAL DE HABITACIONES O UNIDADES**	**PLAZAS DISPONIBLES**
Castro	Hostel	6	12
Family Hostel	Hostel	30	80
Hostel Blue	Hostel	6	30
El Refugio	Hostel	4	34
Pichincha	Hostel	4	26
Hostel Gualeguaychú	Hostel	5	38
Bolivar	Apart Hotel	12	50
Club de Pescadores	Apart Hotel	10	40
Macaripana	Apart Hotel	14	40
Urquiza	Apart Hotel	8	30
Ata-Má	Apart Hotel	17	50
Altos Verdes	Bungalows	12	54
Aires de Río	Bungalows	6	30
Allipen	Bungalows	4	16
Campo Chico	Bungalows	6	24
Prados de la Adelina	Bungalows	4	20
Solares del Norte	Bungalows	7	28
Moroneto	Bungalows	5	22
Cabañas del Mirador	Bungalows	5	20
Los Primos	Bungalows	3	12
Vía Verde	Bungalows	7	25
Azahares	Bungalows	7	28
Guayrá	Bungalows	11	54
El Descanso del Rey	Bungalows	12	40
Mis Kaprichos	Bungalows	3	12
Los Aromos	Bungalows	14	60
Molinos de las Termas	Bungalows	3	20
Puerto Sosiego	Bungalows	9	48
Cabañas del Litoral	Bungalows	4	18
El Gauchito	Bungalows	2	20
Matices	Bungalows	4	18
Pilares del Sol	Bungalows	6	20
Aló Verde	Bungalows	1	6
Aguas Termales	Bungalows	4	12
Alojamiento familiar	Bungalows	3	12
Altos del Manantial	Bungalows	5	24
Anabella	Bungalows	3	18

Arapoty	Bungalows	6	24
Arco Iris	Bungalows	11	35
Bungalows de la Costa	Bungalows	2	13
Cabaña de Tulio	Bungalows	1	6
Cabañas El Ceibo	Bungalows	2	10
Campos del Río	Bungalows	6	30
Del Sol	Bungalows	4	16
El Cortijo	Bungalows	2	10
El Descanso	Bungalows	13	56
El Druzo	Bungalows	14	60
El Edén	Bungalows	7	26
El Nuevo Paraíso	Bungalows	5	25
El Parque	Bungalows	6	32
El Principe	Bungalows	6	24
El Refugio del Tiempo	Bungalows	2	12
Florencia	Bungalows	1	6
Flor de Ceibo	Bungalows	4	8
Grunehaus	Bungalows	3	16
Happy Days	Bungalows	7	28
Hostal del Molino	Bungalows	10	35
Intihuasi	Bungalows	2	8
Jacarandá	Bungalows	6	24
La Casona de Beto	Bungalows	15	65
La Casita de Norma	Bungalows	5	20
La Chacra	Bungalows	6	11
La Isolina	Bungalows	2	8
La Estancia	Bungalows	9	40
La Guardería	Bungalows	10	52
La Posada del Griego	Bungalows	2	10
Las Molinas	Bungalows	4	16
Los Espinillos	Bungalows	2	10
Los Nómades	Bungalows	4	16
Los Pinos	Bungalows	8	37
Maneyro´s	Bungalows	13	40
Mar de las Pampas	Bungalows	4	24
Marialbi	Bungalows	4	16
Nueva Victoria	Bungalows	4	16
Oasis	Bungalows	6	28
Paola	Bungalows	5	24
Punta Sur	Bungalows	12	60
Solares de Pueblo Belgrano	Bungalows	10	50

Santa Rita	Bungalows	4	20
Trinar del Pinar	Bungalows	5	24
Villa Fariña	Bungalows	17	60
Week End	Bungalows	15	64
La Serena de Gualeyán	Estancia	1	5
Sol de Mayo	Estancia	1	8
La Fé	Estancia	1	16

CAMPINGS	
Nombre	**Parcelas**
Costa Alegre	100
Los Pinos	300
Los Algarrobos	80
Parador Morena	450
Ñandubaysal	1800
Puerta del Sol	500
Puerto Boca	100
Punta Sur	30
Sindicato Trabajadores Municipales	250
Sindicato Empleados de Comercio	250
Solar del Este	700
Solares de Pueblo Belgrano	50
Termas del Gualeguaychú	130

4.4.2. Alimentación

La ciudad de Gualeguaychú presenta una oferta gastronómica muy variada y atractiva para sus comensales durante todo el año.

Restaurantes, parrillas y diversos establecimientos gastronómicos ofrecen amplitud en sus cartas, desde el típico asado, platos con pescados de la zona, pastas, pizzas, etc. logrando de esta manera satisfacer los gustos y necesidades de quienes visitan la ciudad.

A continuación, se presentará un listado de los establecimientos gastronómicos de Gualeguaychú[43], especificando cuáles de ellos trabajan solo durante la temporada estival, meses en que se amplía la oferta, debido a la cantidad de turistas que recibe el destino.

PIZZERÍAS	UBICACIÓN
Avanti	Rocamora casi San Martín
Bohemia	Colombo y Magnasco
El Artesano	25 de Mayo 990
El Galpón de Mi Viejo	Alem 377
El Inca	25 de Mayo 1222
Ofelia	Guerra y Urquiza
Piamonte	San Lorenzo 282
Pizza Parque	Av. Sarmiento 75
Pizzaychú	Urquiza 806
Pouler	25 de Mayo 640
Punta Alem	Del Valle y Alem

[43] Fuente: Municipalidad de Gualeguaychú. Secretaría de Turismo.

PARRILLAS - RESTAURANTES	UBICACIÓN
Asador Criollo	Costanera y Bvard. De León (verano)
Bella Vista	Balneario Ñandubaysal (verano)
Bolacuá Hotel de Campo & Spa	Urquiza al Oeste parada 10
Campo Alto	San Lorenzo y Concordia
Carabelas	San Lorenzo 348
Carrito Costanera	Costanera y San Martín
Club Águila Show	3 de Caballería y Alem
Club Hípico	Parque Unzué
Club Náutico	Parque Unzué
Dacal	Costanera y Andrade
Di Tulia	Costanera 130
Don Raúl	Av. Primera Junta y Rodó
El Gran Tenedor	3 de Febrero 34
El Tagué Parador	Ruta 14 Km. 56
La Barra	Urquiza 2046
La Cabañita	25 de Mayo y Guerra
La Cascada	Costanera y Del Valle
La Casona de Gloria	Alem y Bolivar
La Paisanita	25 de Mayo 1176
La Rural	Urquiza al Oeste y Ruta 14
Lo de Carlitos	San Martín 206
Lo de Quico	Av. Rocamora y G. Méndez
Los Manantiales	Ruta 14 Km. 55
Los Aromos	Camino a Ñandubaysal (verano)
Posta Parador	Ruta 14 Km. 54
Prados de la Adelina	Camino a Ñandubaysal
Restaurante Ñandubaysal	Balneario Ñandubaysal (verano)
Sabor Argentino	San Lorenzo 312
Solar del Este	Ituzaingó al este
Terminal de Ómnibus	Bvard. Artigas y Bvard. Jurado
Toto Fast Food & Drinks	Costanera e Ibicuy
Vamos Argentina	Costanera casi 3 de Caballería
Via Della Spiga	Termas de Gualeguaychú

CAFETERÍAS - CONFITERÍAS	UBICACIÓN
A.C.A (24 horas)	Urquiza y Chacabuco
Aguaý	Avenida Costanera 130
Amarelo	Costanera y 25 de Mayo (verano)
Babylon	G. Mendéz casi Costanera (verano)
Bahiana	Balneario Ñandubaysal (verano)
Café y Helado Bahillo	Urquiza y Ángel Elias
Café de la Ciudad	San Martín y 3 de Febrero
Club Neptunia	Urquiza y Churruarín
Chocolate	Costanera Sur
Embajador	3 de Febrero y San Martín
Escorpio	Balneario Ñandubaysal (verano)
La Nona (24 horas)	Urquiza 771
Puerto Pirata	25 de Mayo y Costanera
Terminal	Bvard. Artigas y Bvard. Jurado

HELADERÍAS	UBICACIÓN
Bahillo	25 de Mayo e Italia
Bahillo	Costanera y San Lorenzo
Café y Helado Bahillo	Urquiza y Ángel Elias
Caribe	25 de Mayo y Alem
Emiliano	Churruarín y Andrade
Kirschen	25 de Mayo y Rocamora
Kirschen	25 de Mayo casi Alberdi
Kirschen	25 de Mayo casi Chalup
Roma	San Lorenzo y 3 de Caballería
Victoria Cream	Urquiza 814
Grido	Del Valle 1524
Grido	25 de Mayo 849
Grido	San Lorenzo 224

En el siguiente cuadro resumen, se podrá observar la cantidad de establecimientos gastronómicos existentes en la ciudad, diferenciado y agrupado según sea su tipo.

ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	CANTIDAD
CAFETERÍAS - CONFITERÍAS	14
HELADERÍAS	13
PARRILLAS - RESTAURANTES	33
PIZZERÍAS	11

4.4.3. Esparcimiento

Gualeguaychú cuenta con una variada oferta de esparcimiento. Es importante destacar la intensa y amplia oferta deportiva, que permite realizar diversas actividades náuticas, natación y pesca deportiva, así como también diversos deportes clásicos como futbol y tenis.

En el sector grande del Parque Unzué se encuentran espacios específicos para la práctica de deportes: el Club Hípico, el Velódromo y el Kartódromo, así como también diversos sectores aptos para realizar caminatas y prácticas de aerobismo. Además, la construcción de un autódromo, sobre la ruta N°14 en la entrada de la ciudad ha acrecentado la oferta en cuanto a deportes se refiere.

Con respecto a la vida nocturna, Gualeguaychú presenta una oferta importante de bares, pubs y discotecas, especialmente durante la temporada estival, donde todos los establecimientos abren sus puertas.

A continuación, se observará un pequeño cuadro resumen, con la cantidad de establecimientos que conforman la oferta de esparcimiento de la ciudad.

ESPARCIMIENTO	
TIPO	**CANTIDAD**
Discotecas	9
Bares	12
Casinos	1
Teatros	1
Clubes Deportivos	15

En forma detallada se presentarán los siguientes listados, correspondientes a la oferta de discotecas y bares que la ciudad presenta[44].

[44] Fuente: Municipalidad de Gualeguaychú. Secretaría de Turismo.

DISCOTECAS	
Establecimiento	**Ubicación**
Prohibido Oh	Piccini y Rocamora
Bikini (verano)	Costanera y 25 de Mayo
Chocolate	Costanera Sur
El Angel Show	San Lorenzo 79
Explosión Bailable	25 de Mayo y Alem
Name (VERANO)	25 de Mayo y Guerra
La Cabaña (Invierno)	Colombo 985
Macuba Club	Maipú y Piccini
Punto 90	Del Valle y Alem

BARES	
Establecimiento	**Ubicación**
Alfonsina y el Bar	25 de Mayo y Guerra
Amarello (Verano)	25 de Mayo y Costanera
Babylon (Verano)	Gervasio Méndez y Costanera
Che Loco	Bolivar e Italia
Club Aguila Show	Alem y 3 de Caballería
Cocoon	Del Valle y España
El Alma	3 de Febrero 33
Katmandú	Del Valle y Alem
Moon	Andrade 268
Natal (Verano)	Ibicuy y Urquiza
Nómade	25 de Mayo 150
Puerto Pirata (Verano)	25 de Mayo y Costanera

Nombre de la Instalación: Camping Solar del Este	
Categoría: De Agua y Playa	**Tipo:** Carpas o tiendas
Localización: Ituzaingó al Este - Gualeguaychú	
Características: Capacidad para 700 carpas, energía eléctrica por red subterránea con protección termomagnética y disyuntores, parrilleros, lavaderos de ropa y vajilla, seguridad privada y policial, amplia red de agua potable, dos cuerpos de sanitarios con ducha, agua caliente las 24hs., proveeduría, enfermería, emergencias médicas, 400 mts de costa apta para la pesca, 200 mts. de playa, servicio de guardavidas de 8 a 21hs., alquileres varios, cancha de beach volley, shows en vivo y música amplificada.	
Observaciones: Es uno de los campings más buscados por los jóvenes que visitan la ciudad, debido a su popularidad y diversión. No es precisamente una playa para buscar tranquilidad y descanso, sino todo lo contrario, es para quienes prefieran disfrutar de un momento con amigos, música, shows, batucadas y mucha gente.	

Nombre de la Instalación: Puente Claudio Méndez Casariego	
Categoría: Generales	**Tipo:** Pasarelas o Puentes
Localización: Río Gualeguaychú	
Características: Une la ciudad de Gualeguaychú con el Parque Unzué. Antiguamente conocido como "La Balsa".	

Nombre de la Instalación: Club Náutico Gualeguaychú	
Categoría: Generales	**Tipo:** Otros deportes
Localización: Parque Unzué	
Características: Club de regatas. Marinas con instalación de agua corriente, luz y matafuegos. Baños con duchas. Bajada de lanchas, restaurant abierto a todo publico y Kiosco. Playa y Pileta con bañero. Reposeras, mesas y sillas con acceso para todos los socios. Quincho cerrado con parrilla, ventiladores de techo y estufa, freezer, barra, tablones y sillas. Quinchos con parrillas en zonas de pileta y baradero. Quincho con horno de barro en zona baradero. Canchas de paddle, paleta, voley y futbol. Cancha de bocha o tejo y arenero.	
Observaciones: Organizan y realizan torneos nacionales e internacionales de regatas, ente otros.	

4.5. Promoción

Según resume Roberto Boullón en su libro "Los municipios turísticos", la promoción tiene como función principal, dar a conocer la existencia de los productos y acercar a productores y consumidores con objeto de lograr que se cierre el circuito comercial, estos consumidores pueden ser finales (los turistas) o intermedios (las agencias de viajes o los mayoristas). [45]

La promoción depende de una previa investigación de mercado, marcando la finalidad y los requisitos del plan de promoción.

En el caso de estudio, la ciudad de Gualeguaychú es la que debe promocionar sus servicios y ofrecerse a sus visitantes o futuros. Según ha comentado la Presidente del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, Analía Romani. [46]

"Gualeguaychú siempre tuvo la misma línea de promoción, trabajamos en base a un plan. Además de darle prioridad a todos nuestros atractivos naturales, como el río, así como también la importancia del Carnaval, promocionamos la cuestión cultural e histórica, de hecho armamos un nuevo circuito patrimonial religioso muy interesante.

El teatro es otra gran opción, no solo por las obras que están en cartelera, sino por lo maravilloso de lo arquitectónico, nuestro teatro es Monumento Histórico Nacional.

En cuanto a la promoción, tenemos muchas pautas en diarios de tiradas nacional y medios del interior también, además hacemos acciones promocionales en diferentes lugares como Córdoba, Rosario, Buenos Aires, Puerto de Frutos en Tigre, Mar del Plata, entre otros destinos que según nuestras encuestas son los principales emisores de turistas hacia nuestra ciudad".

Y en referencia al conflicto y al análisis del mercado, tal como lo indica Roberto Boullón, se realiza un estudio de este y como sostiene Analia Romani, luego de iniciarse la problemática de Botnia-UPM, se replantearon algunos puntos de esta promoción, reforzando el concepto de Gualeguaychú como ciudad defensora del medioambiente, adaptándose a los tiempos que corren, así como también haciendo hincapié en la cercanía de esta con los principales centro emisores de turistas, con su eslogan "Estas muy cerca".

---

[45] Roberto Boullón, "Los municipios turísticos", Ed. Trillas, México, 1990.

[46] Analía Romani, Entrevista personal vía correo electrónico. Realizada por el autor, Buenos Aires, 25 de Julio de 2011.

4.5.1. Gualeguaychú, Marca Ciudad

El concepto de Marca Ciudad se asienta sobre diversos lineamientos a la hora de promocionar el destino, basándose en éstos y según nos ha comentado Fabián Godoy[47], responsable de promoción del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, en el año 2004 Gualeguaychú realizó un cambio en su imagen promocional, con el propósito de afianzarse como uno de los principales destinos turísticas de la región, y porque no del país.

La encargada de este proyecto ha sido la empresa "3 Vectores Comunicación"; y a continuación se desarrollará de manera resumida los principales puntos de esta estrategia que se mantiene vigente al año 2011.

Propuesta Marca Ciudad: [48]

La marca de la ciudad no es más ni menos que la palabra Gualeguaychú asociada a un grupo de atributos que, percibidos por el público objetivo, provocarán reacciones positivas o negativas.

A diferencia de lo que ocurre con los productos, la imagen de una ciudad o país siempre existe y se autoalimenta, por acción u omisión, a través de las distintas manifestaciones que trascienden las fronteras.

La imagen de una ciudad se compone de múltiples dimensiones y características:

- Naturales: Clima, atractivos geográficos, suelo.
- Económicos: nivel de desarrollo, actividades, productos y marcas locales, servicios, corporaciones, tecnología.
- Político: sistema de gobierno, desarrollo institucional.
- Geopolíticos: vínculo histórico con ciudades, departamento.
- Socioculturales: población, nivel educativo, expresiones culturales, calidad de vida.

La marca de una ciudad nunca levantará vuelo, a menos que se gestione para conquistar los corazones y las mentes. A diferencia de una empresa, en la que se alienta a los empleados a reflexionar sobre los principios corporativos, la gente de una ciudad puede ignorar su marca, y no necesariamente sentirse motivada a vivirla.

---

[47] Fabián Godoy, Entrevista personal realizada por el autor, Entre Ríos, 28 de Noviembre de 2011.
[48] Disponible en Internet: www.3vectores.com. Consultado el 20 de Noviembre de 2011.

Para superar este problema, el posicionamiento debe ser, en sí mismo fascinante, desafiante, cargado de energía.

Los beneficios de la Marca Ciudad son:

- Rápida identificación de las ventajas competitivas.
- Elemento potenciador de la oferta turística y comercial.
- Mayor poder de negociación y apertura de mercados.

Fundamentación del Isologotipo de Gualeguaychú:

El turismo argentino ha cambiado de actitud de consumo. Los bruscos cambios económicos favorecieron el turismo interno de nuestro País, así como también seduciendo al mercado externo, logrando reflotar aquellos lugares escondidos de la Argentina, donde el término Concientización Turística solo eran palabras desconocidas.

Por lo tanto, los destinos son muchos y las exigencias de una imagen competitiva se desprenden de este cambio radical.

El isologotipo de Gualeguaychú fue construido con el propósito de lograr una clara diferenciación pública y privada de la ciudad turística en el mundo y ser reflejo desde su presencia del nuevo tiempo que Gualeguaychú está viviendo turísticamente.

Así, la identidad visual expresará por medio de referentes gráficos la particularidad, flexibilidad, simpatía, y creatividad que el ciudadano gualeguaychuense posee, para generar un sentimiento positivo hacia adentro (ciudadanos) y hacia afuera (turistas, inversores, emprendedores, etc.).

Concepto del Iso-logotipo:

Los pilares son: Sol, verde (pluma/hoja), agua (ola), aire, dinamismo. La aplicación de los conceptos en referentes visuales está basado en tres formas complementarias, cuidadosamente trabajadas logrando que separadas tengan una fuerte personalidad, pero que juntas formen parte de un todo.

La primera representa el crepúsculo, (amanecer o atardecer) ese instante donde el sol es el protagonista de la belleza de la ciudad. La segunda, los espacios verdes, pero su forma particular puede asociarse tanto como con una hoja o una pluma (cultura, carnaval). La tercera, el

río, tanto el Uruguay como el Gualeguaychú se representan en forma de ola azul-celeste.

Entre estas formas hay espacios blancos necesarios para equilibrar el iso y para fortalecer el concepto de oxigeno, de aire libre.

Las tres formas juntas forman un iso pregnante y armónico en cuanto a su forma y ubicación. Pero a su vez se pueden desintegrar y seguir identificándose como parte de un sistema de identidad.

Entonces, asociaciones con figura humana, pájaro, hojas, plumas, bandera, surgen espontáneamente de su lectura permitiendo así lograr un punto de relación e integración atrayente visualmente y que llama a ser completado en su significación por parte de quien lo observe.

Estas asociaciones visuales del iso, fortalecen los conceptos de calidez (figura humana), aire libre (pájaro), verdes (hojas), carnaval (pluma), cultura (pluma de escritura, ciudad de poetas).

La asimetría y soltura del iso potencian conceptos como, tiempo libre, distensión, etc. Y la estilización del mismo se inspira en el lado artístico que la ciudad posee.

La perspectiva lograda del iso acentúa el concepto de distancia haciendo referencia al slogan "estás muy cerca".

Si bien es un iso abstracto, una de sus interpretaciones podría ser la de un hombre formado por los tres elementos principales de la ciudad (sol, verdes, hoja/pluma, agua), en movimiento. Este movimiento podría ser bailando (carnaval), o pegando un salto hacia la ciudad (acercándose).

Slogan:

Cumple con la función de ampliar el concepto de Marca Ciudad Turística.

El slogan optado tiene doble interpretación, por un lado la incuestionable ubicación geoestratégica (cercanía a los mercados tentativos, Rosario, Buenos Aires, Uruguay) y por otro lado la dimensión afectiva de la comunidad hacia el turista y recíproco.

La propuesta gráfica está basada en la estrategia de comercialización hacia afuera de los productos turísticos.

En base a esta organización de los productos, se creó un sistema de comunicación gráfica uniforme. Compuesto por un logotipo (Gualeguaychú turístico) y sus sub logotipos (Productos turísticos).

Sub Logotipos (o sub-marcas):

Actúan como hijos del logotipo principal y contienen algunos de los valores claves del mismo, aunque le aporta otros para dotarlos de especificidad o especialización. Ayuda a personalizar los productos a vender y dotarlos de identificación propia, no dejando de pertenecer a un sistema el cual puede ser extensible a futuro.

Estos sub logotipos están basados en el elemento más distintivo y por cierto clave y principal del logotipo: pluma/hoja. Cada uno de los sub

logotipos tiene su personalidad y su asociación, pero aún viéndolos por separados pueden identificarse perfectamente como piezas de un mismo juego.

- Playas: Costa - crepúsculo del sol.
- Naturaleza: Campo, Pradera, horizonte.
- Deportes: Figura humana, remo, agua, palo de jockey, pelota.
- Carnaval: Mitad de Espaldar, plumas, colores
- Cultural: Pluma (escritura), ciudad de poetas
- Entretenimientos: Expresión artística, movimiento (figura humana levantando los brazos).

Resumiendo, el Consejo Mixto Gualeguaychú turismo adoptó la nueva imagen de Marca Ciudad en el año 2004, por lo tanto ha sido anterior al periodo analizado en la presente investigación, y tal como se hizo referencia en párrafos atrás, la Presidente de éste ente, Analía Romani afirmó a través de la entrevista realizada, haber seguido siempre el mismo plan de promoción.

La instalación de Botnia-UPM no ha provocado variaciones significativas en el turismo como para que desde el Consejo realicen cambios en los lineamientos de promoción, por lo que se sigue afianzando la idea de no modificar momentáneamente la estrategia promocional de Gualeguaychú como destino turístico.

Tal como expresó Fabián Godoy[49], "*…se continuó posicionando la Marca Gualeguaychú, sin tocar temas que tengan que ver netamente con Botnia. Se siguió posicionando los atractivos y los productos más fuertes que tiene Gualeguaychú, como lo son el Carnaval y las Playas en verano y dándole mayor posicionamiento a lo que es Producto Termas, Naturaleza, Producto Cultural…apuntamos a promocionar un Gualeguaychú turístico durante los 365 días del año, con los productos de verano, pero fundamentalmente el resto del año Gualeguaychú es naturaleza, entretenimientos, cultura, turismo rural, termas. A esto apuntamos, turismo todo el año…*"

[49] Fabián Godoy, Entrevista personal realizada por el autor, Entre Ríos, 28 de Noviembre de 2011.

4.6. Infraestructura

La ciudad de Gualeguaychú está compuesta de barrios suburbanos, barrios centrales, barrios subcentrales, área central, área rural, chacras y quintas. Cuenta con 41 barrios históricos y 61 complejos habitacionales. El número total de manzanas es de 1676.

El 65% de la ciudad tiene pavimento (pavimento articulado, asfalto, adoquinado, cordón cuneta), el porcentaje restante corresponde a ripio y tierra. El 85% de la ciudad tiene red de agua potable y red de cloacas, al igual que alumbrado público.

El área central y subcentral tiene gas natural, representando un 40% de la ciudad[50].

Además, la ciudad cuenta con un Hospital Público (Hospital Centenario), que se encuentra en plena etapa de remodelación, ubicado en las calles 25 de Mayo y Pasteur, y dos importantes establecimientos privados de salud, Sanatorio AGOS, y Sanatorio San Lucas.

La ciudad ofrece servicio de Información al Turista en dos puntos estratégicos, una oficina ubicada en las cercanías del puerto, y otra dentro de la Terminal de ómnibus. Sumado a lo anteriormente expresado, además se ha podido relevar la presencia de diversas agencias de viajes.

Con respecto a los accesos a la ciudad, la prolongación de la Ruta Provincial N°20 la conecta con el centro de la Provincia de Entre Ríos, mientras que la prolongación de la Ruta N°16 la vincula con el Oeste de la Provincia y es la intersección con la Ruta N° 14. Ésta última hace posible la comunicación con Buenos Aires y el norte de la Mesopotamia. Además, Gualeguaychú se encuentra conectada con la República Oriental del Uruguay, a través de la Ruta Internacional N° 136.

En relación al Transporte de media y larga distancia, se puede encontrar la Terminal de Ómnibus en las intersecciones de las Avenidas Artigas y Jurado en la zona sur de la ciudad. La misma cuenta con 12 Plataformas, 6 boleterías de atención al público, un locutorio, un centro de información al turista, baños públicos, un kiosco poli rubro con venta de artículos regionales, un restaurant, sala de espera, servicio de remises y estacionamiento gratuito.

[50] Fuente: Municipalidad de Gualeguaychú. Secretaría de Planeamiento.

Entre las Empresas que utilizan esta Terminal se destacan las siguientes:

- Ciudad de Gualeguay.
- TATA Rápido.
- San José.
- Jovi Bus.
- Nuevo Expreso Gualeguaychú.
- Flecha Bus.
- Vía Bariloche.
- Tigre Iguazú.

Además, desde las plataformas 1, 2 y 3 de la Terminal, existe un servicio de ómnibus que viaja hacia y desde el Balneario Ñandubaysal (durante la temporada estival), la venta de pasaje puede incluir también la entrada al Balneario.

Con respecto al Transporte urbano, se pueden encontrar tres empresas de colectivos, realizando diferentes recorridos. A continuación se detallarán los mismos en el siguiente cuadro.

EMPRESA	LINEA	CABECERA	RECORRIDO	FRECUENCIA
1° DE AGOSTO	1	A	Guemes y España - España - G. Saravi - Ayacucho - Estrada - España - Guemes - Ma. Duarte de Perón - Del Valle - M. Bernard - Bolivar - Alen - Urquiza - San Peña - Rivadavia - Santa Fé - Urquiza - Bv. Daneri - Cementerio Norte.-	20 MINUTOS
1° DE AGOSTO	1	B	Cementerio Norte - Bv. Daneri - Urquiza - Pasteur - San Martin - Mitre - 25 de Mayo - Costanera San Lorenzo - Del Valle - Ma. Duarte de Peron - Guemes y España.-	20 MINUTOS
1° DE AGOSTO	4	A	Gervasio Mendez - Nagera - 3 de Caballeria - Bv. De Martinez - A. Nicolini - Publica - Los Tulipanes - G. Mendez - Bv. P. Jurado - Urquiza - Pasteur - San Martin - Rocamora - G. Mendez - Rucci - Del Valle - Chalup - San Jose - Colombo - 1ro. de Mayo - Bv. Montana - 2 de Abril - Bv. Daneri - Cementerio .-	20 MINUTOS

1° DE AGOSTO	4	A1	G. Mendez - Nagera - 3 de Caballeria - Bv. Martinez - A. Nicolini - Publica - Publica - Tulipanes - G. Mendez - Bv. P. Jurado - Urquiza - Pasteur - San Martin - Aguado - L.N.Palma - San Jose - Colombo - 1ro. de Mayo - Bv. Montana - San Jose - J.La Palma - Magnasco - J. La Palma - 1ra. Junta - Norte - Magnasco - J.La Palma - San Jose - Bv- Montana .-	20 MINUTOS
1° DE AGOSTO	4	B	Cementerio - Bv. Daneri - 2 de Abril - Bv. Montana - 1ro. de Mayo - Ituzaingo - Rosario - Pellegrini - Bolivar - Parana - Urquiza - Bv. P. Jurado - G. Mendez - Nagera.-	20 MINUTOS
SANTA RITA BIS	2	A	ropas e Irazusta - Acceso - Rotonda - Gral.Artigas - Del Valle - Rucci - Concordia - Rocamora - San Martin - Mitre - Saenz Peña - L.N. Palma - Puente - Ex Ruta 42 - Pblo. Belgrano.-	20 MINUTOS
SANTA RITA BIS	2	B	Pblo Belgrano - Ex Ruta 42 - Puente - L.N.Palma - Rca. Oriental - Urquiza - 3 de Febrero - Bolivar - Rocamora - Del Valle - G. Artigas - Acceso Sur - Irazusta y Tropas.-	20 MINUTOS
EL VERDE	5	A	Plaza San Martin - 3 de Febrero - Bolivar - Parana - Urquiza - Bv. P. Jurado - Acceso Sur - P.I.G. .-	20 MINUTOS
EL VERDE	5	VUELTA A	P.I.G. - Acceso Sur - Bv. P. Jurado - Urquiza - Pasteur - San Martin - Mitre - Plaza San Martin -	20 MINUTOS
EL VERDE	5	B	Plaza San Martin - 3 de Febrero - Bolivar - Parana - Urquiza - Bv. Martinez - G. Mendez - Las Lilas - Urquiza - Ruta 14 - P.I.G. .-	20 MINUTOS
EL VERDE	5	VUELTA B	P.I.G. - Ruta 14 - Urquiza - Pasteur - San Martin - Mitre - Plaza San Martin .-	20 MINUTOS

La ciudad cuenta con Aeródromo con pista pavimentada y controles de navegación a cargo de la Fuerza Aérea Argentina, ubicado estratégicamente a la vera de la Ruta N° 14, en la entrada de la Ciudad y frente al Parque Industrial Gualeguaychú.

La empresa LAER (Líneas Aéreas de Entre Ríos), realizaba una escala en el aeródromo de Gualeguaychú, en su ruta Buenos Aires – Concordia,

pero debido a la escasez de demanda, la misma fue suspendida, por lo que hoy en día no cuenta con vuelos regulares y semanales a la ciudad[51].

Con respecto al Puerto de Gualeguaychú, sobre el Río homónimo, permite realizar operaciones de bajo calado, con 10 pies de profundidad hasta la desembocadura del Río Uruguay, a una distancia de 22 Km. al sur.

Por vía terrestre se puede acceder al Puerto de Fray Bentos, distante 40 Km., con un calado de 22 pies, y a 110 Km. De Nueva Palmira (ROU), que es un importante puerto de ultramar.

[51] Disponible en Internet: www.infolibres.com/?p=5181. Consultado el 14 de Junio de 2011.

4.7. Comunidad Local

En base a datos provisorios extraídos del Censo Nacional de Población y Vivienda de 2010[52], la población total de la provincia de Entre Ríos alcanza 1.236.300 habitantes, repartidos en 78.781 km2, con una densidad de 13 hab/ Km2.

El departamento Gualeguaychú es uno de los más poblados. Sus 108.937 habitantes representan un 9% de la población entrerriana, con una densidad cercana a la media provincial.

Desde el punto de vista municipal, la ciudad de Gualeguaychú también ocupa el tercer lugar, contabilizándose 76.220 habitantes. La misma concentra el 70% de la población del departamento.

Luego de la identificación de los diferentes componentes del sistema turístico, se pasará a analizar y desarrollar en el siguiente apartado, el conflicto generado a raíz de la instalación de la pastera, punto inicial y principal de la problemática aquí planteada, para poder comprender de esta manera la controversia que se extiende desde hace unos años y aqueja a esta región del sur entrerriano.

[52] Disponible en Internet: www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/cuadro_entrerios.asp.Consultado el 14 de marzo de 2011.

5

Botnia-UPM y la A.C.A.G
Desarrollo del conflicto

BOTNIA

UPM

5.1. Instalación de Botnia- UPM en Fray Bentos

En la década de los sesenta los países ricos del norte lograron imponer la forestación en los países del sur, a través de los organismos internacionales multilaterales (FMI, Banco Mundial, BID).

Lograron imponer también que estos emprendimientos forestales gozaran de exoneración de impuestos y la concesión de créditos muy favorables. En este contexto se instaló E.N.C.E en Uruguay en 1990, con su subsidiaria EUFORES S.A, comprando tierras y plantando 50.000 hectáreas de eucaliptos destinados a abastecer sus plantas de celulosa en España.

Por la falta de control y política permisiva del gobierno, tanto Eufores como otras forestales impusieron a sus trabajadores condiciones de súper explotación e inseguridad que debieron ser gravemente penadas por la justicia. Entre las violaciones constatadas se mencionan: [53]

- Trabajo esclavo y semiesclavo realizado a través de contratistas, subcontratistas y sub-subcontratistas.
- Extensas jornadas de trabajo para hombres y mujeres, muchas veces sin agua, sin comida, sin seguro de salud ni atención médica adecuada.
- Denuncias de trabajo infantil.
- Denuncias de gran cantidad de accidentes laborales.
- Fumigaciones con herbicidas y agrotóxicos órganoclorados causantes de contaminación de cursos de agua y personas durante los trabajos de fumigación.
- Desaparición de agua en los predios cercanos a las plantaciones de Eufores.
- Aparición de plagas que afectan a los cultivos y animales de granja.

En el 2001 se anunció la instalación de un complejo portuario e industrial "M'Bopicuá" sobre el río Uruguay a unos 8 kilómetros aguas arriba de Fray Bentos.

El objetivo propuesto entonces era construir un puerto privado, en cuyo entorno se instalarían máquinas ''chipeadoras" que astillaban los troncos en "chips" para ser exportados por vía marítima hacia plantas de celulosa en el exterior, como vía alternativa a la del puerto de Montevideo. En este emprendimiento participaban Eufores y las Pléyades (otra empresa

[53] Miguel A. Cabrera, ''¿Repetiremos en Uruguay la experiencia de ENCE en Pontevedra?'', Sol y Luna, nº 88, Uruguay, agosto del 2005.

perteneciente a ENCE) entre otras empresas; significativamente el BID financió en gran parte el proyecto.

En ese entonces no se hablaba aún abiertamente de la instalación de una planta de celulosa. Gente de Fray Bentos se preguntaba: ¿puede asegurar el BID que una vez concluida la terminal nunca se construirá allí una planta de celulosa por parte de uno de los propietarios de la misma, en este caso E.N.C.E?

Ya en el año 2003 la Dra. Julia Cóccaro de Medina integrante de MOVITDES (Movimiento por Trabajo, y un Desarrollo Sustentable) confesaba: "*Desde el momento que comenzó en Uruguay la actividad forestal ya sabíamos que esto, de la instalación de la planta de celulosa, se iba a venir, porque no es rentable talar los árboles y embarcarlos para procesarlos en el viejo mundo, es mucho más fácil procesarlo a pie de los montes*".[54]

Hoy la pastera es una realidad cuya capacidad de producción ascendió a 1 millón de toneladas anuales de celulosa y generó 8.000 nuevos puestos de trabajo en el país uruguayo junto con 824 viviendas para las personas contratadas por la firma. Para entender la magnitud de la planta, hay que destacar que la capacidad productiva de Botnia-UPM supera a la capacidad de las 60 plantas instaladas en Argentina; casi todo el producto generado será exportado a los mercados europeos y asiáticos principalmente.

Para semejante producción, succiona del río Uruguay unos 300 millones de metros cúbicos anuales de agua. Para realizar dicho proceso cuenta con 150 kilómetros de cañerías por donde se realiza la toma de agua y la posterior vuelta al río Uruguay; además, existen 1.200 kilómetros de cable y 30.000 metros cuadrados de depósitos.

Las aguas que se vuelven a verter al río son tratadas en ocho piletones luego de un proceso que emplea varios productos químicos como el ácido sulfúrico, dióxido de cloro, oxígeno, peróxido de hidrógeno y soda cáustica. La inversión ascendió a 1.200 millones de dólares.

---

[54] Fernando Vélez Molina, ''La Polémica Planta de Celulosa en M'Bopicuá'', *Informe Uruguay*, nº 50, Uruguay, 31 de octubre del 2003.

La playa sobre el río, del lado Argentino. Enfrente, la pastera, del lado uruguayo. [55]

5.2. Cronología del conflicto[56]

En el año **2002 surge la controversia,** el asunto sale a luz pública con un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) sobre el proyecto de Montevideo de construir dos plantas papeleras en el río Uruguay.

Comienzan a surgir denuncias de habitantes del lugar y de grupos ecologistas, por lo que el Ministerio de Relaciones Exteriores argentino responde pidiendo explicaciones sobre el posible impacto ambiental.

En el año **2005, comienzan las obras y los bloqueos**. Dos argentinos protestan contra las papeleras cerca de Gualeguaychú.

La compañía finlandesa Botnia, comienza en abril de ese año las obras en Fray Bentos. Con un capital de US$1.100 millones. Cabe destacar que la instalación es la inversión extranjera más importante de la historia uruguaya.

---

[55] Disponible en Internet: www.pablobianchinoticias5.blogspot.com/2009/08/la-empresa-botnia-sa-fue-notificada-de.html. Consultado el 25 de marzo de 2011.
[56] Disponible en Internet: www.bbc.co.uk/mundo/america_latina/2010/04/100420_argentina_uruguay_papelera_cronologia_az.shtml?print=1. Consultado el 21 de diciembre de 2010.

En diciembre, Argentina le notifica a Uruguay que considera que la obra viola el Estatuto del río Uruguay. Según Buenos Aires, este tratado bilateral exige informar sobre cualquier obra fronteriza.

Además, el Banco Mundial califica de seguras las instalaciones proyectadas.

Comienzo de las obras de Botnia.

Año **2006, el litigio salta a la escena internacional**. Durante el mes de marzo, mientras los manifestantes insisten en que las papeleras contaminan el río Uruguay, el Presidente argentino, Néstor Kirchner, se reúne en Chile con su par uruguayo, Tabaré Vázquez, y le pide la suspensión de las obras por 90 días, a lo que Vázquez responde exigiendo el levantamiento de los cortes de ruta.

El 4 de mayo, el gobierno de Kirchner decide llevar el conflicto ante la Corte Internacional de Justicia de La Haya, en Holanda. Buenos Aires denuncia la violación del Estatuto del río Uruguay.

En este mismo año, continúan las protestas, pero esta vez el escenario fue otro; La Cumbre de América Latina, el Caribe y La Unión Europea (ALC-UE) en Viena, donde una modelo y ecologista argentina se paseó en bikini ante la foto de los presidentes, portando un cartel que decía: "*Basta de papeleras contaminantes*".

Evangelina Carrozo en la Cumbre de Presidentes en Viena.

La Haya rechaza en julio la petición adicional hecha por Argentina para que se suspendan las obras.

Además, el Banco Mundial otorgó en noviembre de ese mismo año US$170 millones para financiar la construcción de Botnia.

Por otro lado, Montevideo responde planteando el litigio ante el Tribunal Arbitral del Mercosur bajo el argumento de que los bloqueos impiden la libre circulación de bienes y personas. La denuncia calcula los daños económicos en US$400 millones.

La instancia arbitral falla a favor de Uruguay, sin embargo, no sanciona ni exige medidas a Buenos Aires.

La empresa española ENCE anuncia que reubicará su planta en Punta Pereyra, lo que Argentina ve con buenos ojos.

Durante el mes de noviembre, el Presidente Vázquez resuelve enviar militares para custodiar la obra de Botnia, cuya construcción se encontraba ya en un estado avanzado.

En diciembre los asambleístas responden cortando por primera vez los tres puentes que unen ambos países y además amenazaron con bloquear la salida de buques en el puerto de Buenos Aires, aunque esto último no se concretó.

Ya en el **año 2007**, la Corte de La Haya rechaza en enero la petición de Uruguay para exigirle a Argentina medidas contra los bloqueos.

A fines de julio, ambos gobiernos comienzan reuniones con la mediación española, pero sin avances significativos.

En noviembre, Montevideo otorga la autorización definitiva a Botnia, y ésta comienza a funcionar el 12 de ese mes con una perceptible emisión de olores. Los asambleístas argentinos denuncian intoxicaciones, mientras que la empresa asegura que las emisiones son inocuas.

A fines de noviembre, y por un supuesto error humano, se provoca un nuevo episodio de olores. Alumnos de una escuela cercana sufren mareos y Uruguay reconoce que Botnia superó brevemente los valores de emisiones permitidos.

A fines de este año, Uruguay rechaza los exhortos y las peticiones de información emitidos por la Justicia argentina.

A finales del año 2007, la pastera comienza a funcionar.

Durante el año **2009, continúa el juicio en La Haya.** La Argentina argumenta en la corte que con las plantas se pone en riesgo el Río, mientras Uruguay insiste que las fábricas cumplen con los estándares ambientales internacionales.

Además, el 8 de diciembre de este mismo año, la empresa finlandesa UPM adquiere la producción de celulosa y actividad forestal de Botnia en Uruguay.

A partir del 2010, la victoria electoral de José Mujica en los comicios uruguayos permite que reviva el diálogo. El 13 de enero, el todavía presidente electo se reúne con su par argentina, Cristina Fernández.

El 21 de febrero, se produce un cierre temporal del Balneario argentino Ñandubaysal, por distintos casos de sarpullidos entre los visitantes que ingresaron al Río Uruguay. En cuanto al Balneario Las Cañas, pegado a la ciudad de Fray Bentos, no se registraron inconvenientes similares.

El 1 de marzo, Mújica asume su cargo. Poco más de un mes después, visita a Fernández y ambos acuerdan que los cancilleres coordinen la agenda de relaciones bilaterales para después de la resolución de La Haya.

El 20 de abril, la Corte Internacional de Justicia resuelve de forma vinculante y definitiva el litigio.

Se levanta el bloqueo de la ruta internacional 136, luego de una larga y difícil votación en la que participaron los ciudadanos de Gualeguaychú.

Bloqueo de la ruta internacional N° 136, Arroyo verde.

5.3. Antecedentes en Pontevedra, España

La planta de celulosa instalada sobre las márgenes del río Uruguay tiene su versión y antecedentes en Pontevedra, España. Parece importante hacer una breve reseña histórica de esta controversia para introducir al lector en un contexto más amplio desde el cual vislumbrar la problemática.

Pontevedra cuenta con una población de 80.000 personas, cantidad similar a la de Gualeguaychú y está situada en el fondo de una ría (entrada del mar en la costa) otro punto coincidente con la ciudad entrerriana. La zona, por naturaleza, es pesquera y turística. La planta de celulosa se implantó durante el franquismo, varias personas (o casi todas las de la zona) se manifestaron en contra de la instalación de la planta.

En aquel tiempo, las industrias eran valoradas, independientemente del daño ecológico que pudiera llegar a ocasionar, la consciencia sobre este último tema no era la que existe al día de hoy.

Esos tiempos han quedado atrás y la industria a igual que cualquier otra actividad tiene que ser avalada globalmente.[57]

La fábrica pertenecía al Estado y hace unos años se privatizó en su totalidad. La mayoría de las acciones las posee un banco, llamado Casa de Galicia, muy vinculado con la Xunta de Galicia.

Esa administración fue muy permisiva, hasta el punto que la Asociación de Defensa de la Ría comenzó una contienda judicial ante el Tribunal Superior de Justicia de la Provincia de Galicia, para poner al descubierto y denunciar esa relación entre la administración provincial y Ence.

Hace unos 20 años, se formó la Asociación por la Defensa de la Ría de Pontevedra, al comienzo de los años 90, cuando ya se había introducido en el Código Penal español la figura de delito ecológico, la Asociación hizo una denuncia penal contra la Empresa Nacional de Celulosas de España (E.N.C.E) por los vertidos al río y por los vertidos atmosféricos.

---

[57] Disponible en Internet: www.letras-uruguay.espaciolatino.com/cabrera_miguel/plantas_de_celulosa_en_fray_bent.htm Consultado el 11 de Abril de 2011.

Se consideraba que ambos vertidos constituían delito, el proceso fue muy largo, el juicio duró 12 años hasta que finalmente en el 2002, ENCE fue condenada.

La planta de Pontevedra, que en 2004 produjo alrededor de 375 mil toneladas de celulosa, utiliza para la obtención de celulosa el proceso llamado ECF (elemental chlorine free), es decir, no usa cloro elemental sino un compuesto, el dióxido de cloro, esta tecnología denotó un avance muy significativo en relación con la anterior, que usaba cloro para el blanqueado de la celulosa, ya que logra reducir a la mitad la emisión de dioxinas y furanos, no hay que olvidar que el dióxido de cloro está clasificado como un gas de riesgo agudo y altamente explosivo, por esto suele ser producido en las propias plantas donde lo utilizan.

En la actualidad, existe una nueva tecnología llamada TCF (totally chlorine free) es decir, sin cloro ni compuesto de cloro y usando blanqueadores a base de oxígeno, tipo peróxido de hidrógeno (agua oxigenada), ozono y oxígeno gaseoso; al parecer Finlandia posee una planta –ni de lejos con las dimensiones de la planta de Botnia- que utiliza esta tecnología. Esta es la tecnología que según el Banco Mundial tendría que ser preferida, aunque los procesos ECF son aceptados. Sin embargo tanto Botnia como E.N.C.E utilizan el proceso ECF, libre de cloro elemental, porque les resulta más barato y amplía sus márgenes de ganancia.

5.4. La A.C.A.G. y la defensa de la vida como estandarte

Ante la posibilidad de una amenaza contra el medio ambiente, los ciudadanos de Gualeguaychú, para organizar una oposición a la construcción de un polo industrial productor de pasta de celulosa en la ciudad uruguaya de Fray Bentos, crearon la *"Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú" (A.C.A.G.)*

La Asamblea argumenta que las industrias papeleras producirán un efecto negativo en el medio ambiente de la zona, y que se trasladará al turismo, actual motor de la economía de la ciudad entrerriana.

Fue creada luego de la marcha del 30 de abril de 2005, sin embargo fue a finales de ese año cuando se convirtió en ONG.

Desde entonces, su función principal ha sido informar a los ciudadanos sobre las consecuencias negativas de la pastera instalada sobre el río y también sobre las que se pretenden instalar, sosteniendo que

no son más que "... *emblemas de un capitalismo feroz e irracional que ignora fronteras y soberanías...*". [58]

Isologotipo de la Asamblea Ciudadana Ambiental de la ciudad de Gualeguaychú.

A causa de la indiferencia por parte de los gobiernos de Uruguay y Argentina, los ambientalistas decidieron (luego de probar otros medios de protesta) cortar la ruta internacional nº 136 que une las localidades vecinas de Fray Bentos en Uruguay y Gualeguaychú en Argentina, medida utilizada durante tres años ininterrumpidos.

La asamblea de Gualeguaychú ha obtenido una trascendencia muy importante en toda la provincia de Entre Ríos e incluso en toda la Argentina. Tal es así, que se ha formado la "versión joven de la asamblea". Hablamos de "La Asamblea Juvenil Ambientalista" (A.J.A) que se conceptualiza así misma como "el brazo joven de la A.C.A.G'' y colabora con ésta en todos los eventos que se realizan, enfocándose en el público más joven.

5.5. Comunicación, Fray Bentos vs. Gualeguaychú

Paradójicamente, a pesar de estar frente a un mismo fenómeno, una gran parte de la población uruguaya de Fray Bentos, se manifestó en su momento, a favor de la instalación de la pastera.

---

[58].Declaración de asambleístas: ''Crean asamblea binacional contra la papelera Botnia'', *Diario Clarín, Sección El País*, Buenos Aires, 8 de octubre de 2007.

Esto se debió a diversos motivos de índole económico y social, así como también comunicacionales, la idea de nuevas fuentes de trabajo pesó mucho más que la posible degradación del medio ambiente.

Botnia-UPM ha diferenciado los mensajes según se trate de Uruguay o Argentina, siendo el principal mensaje dirigido a Uruguay, por la contratación de empleo y el "empuje" económico en relación a la producción de la empresa mientras que en Argentina se ha limitado a demostrar que "no contamina" el río y quizás es esta una falencia, ya que tiene relegada la inclusión de sus ciudadanos como público destinatario de estas acciones, posiblemente como consecuencia de un mal planteo de la estrategia comunicacional hacia este país desde sus orígenes, (fundamentalmente sobre Gualeguaychú).

Boletín informativo *Espacio Botnia* distribuido en la Republica Oriental del Uruguay, por la empresa finlandesa.

El escritor y periodista Hernán López Echagüe no es ajeno a estos temas y en su libro ''Crónicas del ocaso'' hace mención a los miles de dólares que desembolsa la empresa en publicidad y solicitadas que refieren a la transparencia del proceso de la producción de pulpa de celulosa y el vital interés que tiene para ellos el medio ambiente, e indica que esta devoción los ha llevado a crear un personaje para niños, *''Ecologito, insobornable amante de la naturaleza, en particular de los árboles, que periódicamente hace de las suyas en la televisión de Fray*

Bentos y también en las calles de la ciudad''[59], este singular personaje recorre las calles de la ciudad, obsequiando regalos a los niños, que transporta en una camioneta que lleva el logo de ''Ambientalito''.

Resumiendo, expresa Hernán López Echagüe, ''*son empresas de temperamento filantrópico, pues gracias a ellos todos los alumnos de escuelas, liceos y jardines de infantes de Fray Bentos tienen cuadernos y libros gratuitos, impresos en papel de óptima calidad''*.[60]

Este tipo de acciones ocupan un rol importante y de gran relevancia en la comunicación estratégica que desarrollan estas empresas.

Según se exclamó en la proclama 2011 leída el pasado 08 de mayo en la Séptima Marcha al Puente General San Martin:

"*La determinación de Gualeguaychú ha demostrado ser más fuerte que todas las presiones y hemos ganado muchas batallas: Contra las mentiras de los que prometían tecnologías limpias; de los que anunciaban puestos de trabajo y prosperidad; de los que decían que esta empresa se había instalado legalmente; de las consultoras internacionales que anunciaban cínicamente que no iban a contaminar; del Banco Mundial al que pusimos frente a su propia miseria moral, cuando vinieron aquí a tratar de convencernos de sus falsedades, subestimándonos; de los falso ambientalistas internacionales que venían a tratar de engañarnos con informes ambientales falsificados. Nada volverá a ser lo mismo desde la heroica resistencia de estas comunidades (…)"*[61]

Esto deja en evidencia la falta de credibilidad de la industria de capitales finlandeses ante parte de la sociedad. Los ciudadanos de Gualeguaychú se oponen rotundamente al funcionamiento de la pastera (Ver análisis de encuestas a residentes en Capítulo Seis).

Sin embargo, en Fray Bentos la situación actual difiere de aquella que años atrás habían imaginado; el crecimiento económico, gran cantidad de nuevas fuentes de trabajo, y el empuje social para toda la población fraybentina.

---

[59] Hernán López Echagüe, *Crónica del Ocaso*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, 2007.
[60] Hernán López Echagüe, *Crónica del Ocaso*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, 2007.
[61] Proclama 2011 Asamblea ciudadana ambiental de Gualeguaychú. Información obtenida de la página web www.noalaspapeleras.com.ar consulta realizada 10 de mayo 2011.

Comenzando con el impacto recibido por el corte de la ruta internacional, impidiendo que los residentes argentinos visiten el destino como solían hacerlo años atrás. Si se habla de Fray Bentos, se debe hacer hincapié en su Balneario "Las Cañas" [62], que recibía gran cantidad de turistas provenientes de la República Argentina, en especial residentes de Gualeguaychú y zonas aledañas, debido a su cercanía.

Tal como se puede vislumbrar en diferentes artículos periodísticos, el impacto económico a raíz de la instalación de Botnia-UPM fue nefasto, perjudicando el desarrollo del turismo en la localidad de Fray Bentos y transformando al Balneario en un lugar desierto.

"Botnia desarticuló el turismo en Fray Bentos, el balneario Las Cañas sobre el río Uruguay es un fantasma. Es la primera vez que siete llamados a licitación para explotar los servicios del lugar quedaron desiertos. La llegada de Botnia trajo prosperidad económica en ciertos sectores pero también marcó un redireccionamiento en el futuro de la ciudad, que ahora apunta a convertirse en un polo de desarrollo industrial de referencia en el país (…)" Sostenía en el año 2008 el Director de Turismo del Departamento de Río Negro, Marcelo Linares [63]

Ya en la actualidad, y según lo reflejan diarios locales, con la llegada de Botnia-UPM, no sólo no ocurrió lo que anhelaban que sucediese, sino que además se acrecentó la brecha entre ricos y pobres, entre otras cuestiones.

"La venida de Botnia (hoy UPM) en el momento de la construcción pareció emparejar un poco las diversas clases sociales que aunque se nieguen existen en la ciudad, donde por siempre existieron quienes tuvieron mucho y quienes apenas subsisten. En aquella ocasión de "explosión" económica laboral ante tantos miles de obreros trabajando, pareció que esa brecha se había acortado, pero no pasó de ser un fugaz período de tiempo, apenas 2 o 3 años (…)"[64]

El cuadro que se observa a continuación, corresponde a la cantidad de visitantes no uruguayos que ingresaron a Fray Bentos, a través del

---

[62] El balneario **Las Cañas** es llamado así en referencia al monte de cañas de Tacuara originarios de esa zona y que hoy se preservan como reserva natural. Es reconocido como el punto turístico por excelencia de la zona denominada Litoral uruguayo-argentino. Ubicado en el margen uruguayo, sobre las costas del Río Uruguay que oficia de límite natural entre la Rep. Oriental del Uruguay y la Rep. Argentina.

[63] Disponible en internet: www.perfil.com/contenidos/2007/10/25/noticia_0056.html Consulta realizada 15 de mayo 2011.

[64] Disponible en internet: www.fraybentos.com.uy Consulta realizada 15 de mayo 2011.

Puente General San Martín durante el período 2004- 2010, donde se podrá vislumbrar como impactó el corte de la ruta N°136 por parte de los ciudadanos de Gualeguaychú, impidiendo el normal tránsito hacia la República Oriental del Uruguay, desde el mes de Noviembre de 2006 hasta Junio de 2010.[65]

MES/AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Enero	75026	86462	40658	405	373	649	1127
Febrero	52161	54486	5237	697	404	512	858
Marzo	16678	35284	4991	390	438	348	805
Abril	33290	13561	1847	513	298	572	739
Mayo	9792	12276	10462	525	280	553	712
Junio	9386	11554	11248	442	339	333	4603
Julio	19513	19681	17504	527	521	619	-
Agosto	12329	14206	14554	524	475	594	-
Septiembre	12621	13491	14160	1271	330	461	-
Octubre	23171	22393	14609	880	515	1478	-
Noviembre	16492	18647	9983	141	388	670	-
Diciembre	49489	36027	335	151	580	1050	-
TOTAL	329948	338068	145588	6466	4941	7839	8844

Desde el lado Argentino, el corte de ruta impidiendo el libre tránsito hacia la República Oriental del Uruguay también ha provocado impactos.

Tal como hace referencia Analía Romani, "*En cuanto a la variación de visitantes, disminuyeron en su momento los turistas provenientes de Uruguay, desde turismo tuvimos que reforzar la política comunicacional, para fortalecer la promoción y la llegada de los mismos*"[66].

El turismo proveniente del Uruguay denota importancia en la actividad turística de Gualeguaychú, sin embargo, como se ha expuesto en capítulos anteriores, el mayor flujo turístico proviene de la Provincia de Buenos Aires y Capital Federal, por lo que el impacto no ha tenido tanta trascendencia. De todos modos, desde el Consejo Mixto, han tenido que reforzar en materia comunicacional este aspecto.

[65] Fuente: Ministerio de Turismo y Deporte del Uruguay. Área de investigación y estadística.
[66] Analía Romani, Entrevista personal vía correo electrónico. Realizada por el autor, Buenos Aires, 25 de Julio de 2011.

5.6. Las herramientas de comunicación utilizadas por la A.C.A.G.

Tal como se ha mencionado anteriormente, la A.C.A.G. desde el año 2005 muestra su oposición determinante ante Botnia-UPM.

Desde sus inicios, las metodologías para mostrar su repudio fueron diversas, desde campañas comunicacionales para concientizar a la población, organización de distintos eventos; entre los que se destacan la marcha anual al Puente General San Martin, (sobre la cual se ha realizado una observación científica el pasado 8 de mayo de 2011, y se analizará más adelante) el Grito Blanco[67], escraches, y el polémico corte de la ruta internacional 136, a la altura del Km. 28 en el ya famoso paraje "Arroyo Verde"[68], entre otros.

Como bien expresa el asambleísta entrevistado y haciendo puntual referencia a la presente investigación, que involucra al turismo: "*Durante el espectáculo de Carnaval repartimos folletos a lo largo de la pasarela, y desfila un grupo de jóvenes pertenecientes a la Asamblea Juvenil Ambiental, además, hacemos la marcha de los turistas anualmente en la costanera, espectáculos los domingos, panfleteadas varias, el Ñandubaysal un día nos da su recaudación, y aprovechamos todo esto para concientizar sobre nuestra lucha*" [69].

Por otro lado, y haciendo mención al nulo apoyo que tienen por parte del Estado y de los medios de comunicación nacionales, resalta lo siguiente: "*sin apoyo importante tenemos poca llegada y esto hace que todo nos cueste mucho*".

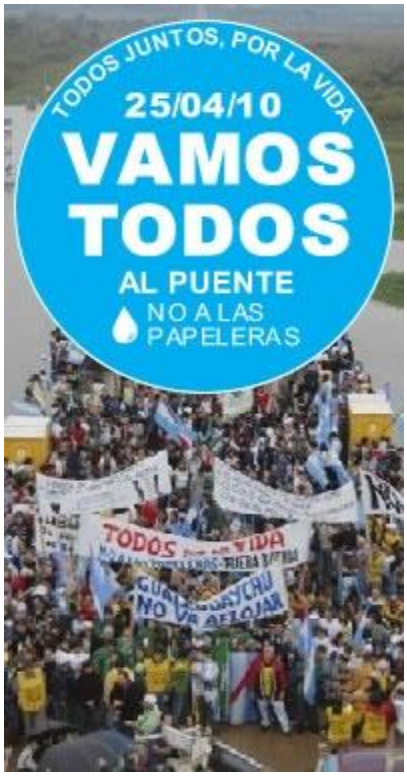
A pesar de esto, es importante destacar la labor desinteresada de este grupo de ciudadanos, que intentan, pese a las adversidades, continuar con su lucha y alcanzar su principal objetivo: **"que se vaya Botnia de la cuenca del Río Uruguay".**

---

[67] Grito Blanco: desde el año 2005 los alumnos de escuelas primarias y secundarias de Gualeguaychú, se reúnen en la costanera de la ciudad entrerriana, vestidos con sus guardapolvos blancos, en un acto simbólico en repudio a la pastera finlandesa Botnia-UPM.

[68] Arroyo Verde: es un paraje que ha sido declarado de interés nacional y provincial, aquí los asambleístas cortaron la ruta que une a la Argentina a través del Puente Internacional General San Martin con la República Oriental del Uruguay, por alrededor de cinco años.

[69] Asambleísta Anónimo, Entrevista personal. Realizada por el autor, Buenos Aires, 08 de Junio de 2011.



La comunicación de la A.C.A.G.

Una vez desarrollado el conflicto, y luego de conocer los diferentes actores intervinientes, así como también haber expuesto los diversos conceptos teóricos y la metodología aplicada en la investigación, se hará enfoque en el análisis de las fuentes primarias y diferentes métodos de recolección de datos.

En el próximo capítulo se podrán observar de manera gráfica los resultados propiamente dichos de esta recopilación anteriormente mencionada.

6

Análisis de instrumentos de recolección de datos

6.1. Observación científica participante

El domingo 8 de mayo de 2011 se realizó la Séptima Marcha Anual al Puente General San Martin (Abrazo al Río Uruguay) en contra de la instalación y puesta en funcionamiento de la planta de celulosa Botnia-UPM, esta vez con el lema: "Por la vida de todos - Escuchemos a la naturaleza".

Convocatoria a la marcha anual.

El pueblo caminó sobre la ruta internacional N°136, culminando su marcha en el Puente Internacional General San Martin, que une la Republica Argentina y la Republica Oriental del Uruguay, justo enfrente de donde se encuentra la fábrica, leyendo una amplia proclama en contraposición de la pastera de capitales finlandeses.

En la marcha, ya sobre el Puente Internacional Gral. San Martín.

Se ha realizado una tarea de observación participante en la misma, y a continuación en el siguiente cuadro, se enumeran los ítems sobre los cuales se trabajó.

Lugar:	Gualeguaychú, Entre Ríos, Argentina.
Día/Hora:	Domingo 8 de mayo de 2011/10 Am a 17 Pm.
Cantidad de personas:	40.000 aprox.
Motivo:	7° Marcha Anual al Puente Internacional Gral. San Martín

	Edades de los participantes. (En años).
0-10	✓
10-30	✓
30-60	✓
+60	✓

	Comportamiento de los participantes.
Pacifico	✓
Agresivo	

	Medios de transporte utilizados para concurrir.
Colectivos de línea urbana	✓
Colectivos de larga distancia	✓
Autos particulares	✓
Otros	✓

	Presencia de banderías políticas.
Nula	✓
Escasa	
Abundante	

	Instalaciones y servicios. (Llámese agua, puestos de merchandaising, folleteria alusiva, etc)
Insuficientes	
Suficientes	
Satisfactorias	✓

	Presencia de medios de comunicación.	
SI	✓	LOCALES ✓ NACIONALES
NO		

	Presencia de líderes de opinión.
Nula	
Escasa	✓
Abundante	

A continuación se desarrollarán conclusiones sobre los ítems observados:

En primer lugar es importante resaltar que los aproximadamente cuarenta mil manifestantes, fueron autoconvocados. La A.C.A.G. fue la encargada de publicitar por diversos medios la marcha.

Las edades de los concurrentes era muy amplia; familias enteras, con niños pequeños, jóvenes adolescentes en edad escolar, adultos, personas de la tercera edad, con movilidad reducida y hasta la nota de color que impregnaron las mascotas, fueron los actores participes de la jornada.

Participantes de la marcha, todas las edades presentes.

Gente que iba y volvía del y hacia el puente, niños en bicicleta acompañados de sus mayores, personas adultas sentadas en reposeras al costado de la ruta, sin marchar hacia el puente, pero brindando el apoyo desde su lugar.

Desde muy temprano y desde diversos puntos estratégicos de la ciudad, partían colectivos y camiones con personas que no contaban con movilidad propia para llegar. Cabe destacar que dichos transportes no tenían costo alguno.

A éstos se sumaban las personas que llegaban en sus propios vehículos. Algo que resulta relevante es la distancia desde el centro de la ciudad hasta el punto de encuentro, aproximadamente 40 km.

La llegada de la gente era con ánimos optimistas y con la unión como premisa, fue notorio el ingreso de estas personas en su gran mayoría con un compañero infaltable, el mate.

Todo transcurrió de manera pacífica, no se registraron incidentes violentos. A pesar de esto, se observó la presencia de algunos agentes de la Gendarmería Nacional, así como también se ha advertido la presencia de bomberos voluntarios y personal médico.

Los manifestantes marcharon hasta el puente de manera tranquila y ordenada. Antes de comenzar la caminata iniciaron la jornada con una oración ecuménica.

Pasadas las 15:00 horas, ya sobre el puente, un vocero de la A.C.A.G. leyó la proclama, luego de la entonación de los himnos argentino y uruguayo.

Algo llamativo a destacar, es la ausencia de banderías políticas, solo había carteles y banderas propias de los ciudadanos, así como también de algunos grupos ambientales, de zonas cercanas al conflicto, de Uruguay y de otras provincias argentinas, como por ejemplo Córdoba, Corrientes, Buenos Aires, Santa Fe, La Rioja, entre otras.

Además se ha podido observar gran cantidad de figuras realizadas en cartón representando niños y niñas, donde en la parte posterior de la misma, se presentaba el nombre de la institución educativa a la cual correspondía. Según han informado algunos manifestantes, éstas fueron realizadas por los alumnos de nivel inicial de las escuelas de la zona, en una tarea de concientización sobre el medio ambiente.

Muchas personas vestían ropa alusiva a la lucha contra la pastera, así como también se han observado puestos de venta del merchandising oficial de la Asamblea Ciudadana.

Se pudo ver que la organización de la marcha fue satisfactoria. Había ubicados en distintos puntos del recorrido baños químicos, cestos de basura y personas entregando sachets y botellas de agua potable, donadas mayoritariamente por la empresa local de productos lácteos Cotagu, entre otras.

También se ha podido encontrar puestos de venta de alimentos y bebidas para beneficio de las escuelas de la ciudad y de la Asamblea Ciudadana.

Solo se ha advertido la presencia de algunos medios de comunicación local, sin observar medios de nivel nacional.

En cambio, si se ha notado la presencia de algunos líderes de opinión, entre los que se puede destacar al Intendente de Gualeguaychú J. J. Bahillo, el Vicegobernador de la Provincia de Entre Ríos Eduardo Lauritto, el ex Gobernador Jorge Busti, el productor agropecuario Alfredo De Angeli, Pino Solanas, y distintos candidatos políticos y representantes de diversos credos.

De todas formas, se ha determinado que la presencia de éstos últimos ha sido escasa debido a que en su mayoría eran representantes locales y a nivel provincial, observando poca cantidad de líderes a nivel nacional.

6.2. Encuestas a turistas

A continuación se analizará uno a uno los puntos que componen la encuesta realizada, sobre una muestra al azar de 100 turistas que visitaban la ciudad de Gualeguaychú durante los días domingo de Febrero y Marzo del año 2011, en diversos puntos estratégicos de la ciudad como lo son la Costanera y la Terminal de Ómnibus.

Se realizaron 13 preguntas, de las cuales se podrá obtener información sobre:

- Motivación de los visitantes a la hora de elegir el destino.

- Estado de satisfacción en cuanto a los servicios brindados.

- Relación entre Visitantes y Residentes.

- Determinar los conocimientos de cada encuestado sobre la problemática de Botnia-UPM y su percepción en el ámbito sociocultural.

- Influencia de la misma en el proceso de elección del destino turístico.

MODELO DE ENCUESTA A TURISTAS:

El siguiente cuestionario es de sencilla resolución, tan solo tomará unos minutos responder las preguntas del mismo.
Le agradecemos su valiosa colaboración.

Sexo: _____

Edad: _____

Lugar de Residencia: _____

1. **¿Visitó anteriormente la ciudad de Gualeguaychú?**

   ☐ **1.** Si

   ☐ **2.** No, es la primera vez que visito la ciudad.

2. **¿Cómo se sintió con su visita?**

   ☐ **1.** Muy conforme ☐ **2.** Conforme ☐ **3.** Algo conforme

   ☐ **4.** Disconforme ☐ **5.** Muy disconforme

3. **¿Qué es lo que más le gustó de su visita? (Puede marcar más de una opción)**

   ☐ **1.** Parques y Plazas ☐ **2.** Playas ☐ **3.** Carnaval

   ☐ **4.** Termas ☐ **5.** Servicios ☐ **6.** Museos y Actividades culturales

   ☐ **7.** Otros: ¿Cuáles?_____

4. **¿Cómo fue el trato que recibió por parte de los ciudadanos de Gualeguaychú?**

   ☐ **1.** Muy bueno ☐ **2.** Bueno ☐ **3.** Regular ☐ **4.** Malo

   ☐ **5.** Muy Malo

5. **¿Por qué eligió Gualeguaychú como destino de su viaje? (Puede marcar más de una opción)**

   ☐ **1.** Descanso ☐ **2.** Diversión ☐ **3.** Salud ☐ **4.** Cercanía

   ☐ **5.** Otros: ¿Cuáles? _____

6. **¿Cómo se informó de la oferta turística de Gualeguaychú? (Puede marcar más de una opción)**

- ☐ **1**. Medios de Comunicación
- ☐ **2.** Agentes de viajes
- ☐ **3.** Afiches en vía pública
- ☐ **4.** Sitios web
- ☐ **5.** Folletos
- ☐ **6.** Amigos
- ☐ **7.** Exposiciones de turismo
- ☐ **8.** Otros

7. **¿Está al tanto del conflicto entre Argentina y Uruguay por la instalación de la Planta Botnia?**

- ☐ **1.** Si
- ☐ **2.** No.

8. **¿Conoce la existencia de la Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú?**

- ☐ **1.** Si
- ☐ **2.** No**(Pasa a pregunta Nro. 10)**

9. **¿Está de acuerdo con los métodos y/o herramientas que utiliza la misma para demostrar su disconformidad ante la instalación de Botnia?**

- ☐ **1.** De acuerdo
- ☐ **2.** Medianamente de acuerdo
- ☐ **3.** En desacuerdo
- ☐ **4.** NS/NC

10. **¿Piensa usted que el conflicto con Botnia podría afectar al turismo de Gualeguaychú?**

- ☐ **1.** Si. ¿Por qué y de qué forma usted piensa que se vería afectado?

  _____

- ☐ **2.** No.

11. **Cuándo se menciona el tema del conflicto con Botnia, ¿Cómo siente qué es la reacción del habitante de Gualeguaychú? (Puede marcar más de una opción)**

- ☐ **1.** Pacífica
- ☐ **2**. Agresiva
- ☐ **3.** Concientizadora
- ☐ **4.** Luchadora
- ☐ **5.** Otros: ¿Cuáles? _____

12. Desde su llegada a la ciudad, ¿Sintió que el conflicto interfiere en la relación Turista-Residente?

☐ **1.** Si. ¿Por qué? _____

☐ **2.** No. ☐ **3.** NS/NC

13. De persistir el conflicto, ¿Seguiría eligiendo Gualeguaychú como destino para vacacionar?

☐ **1.** Si

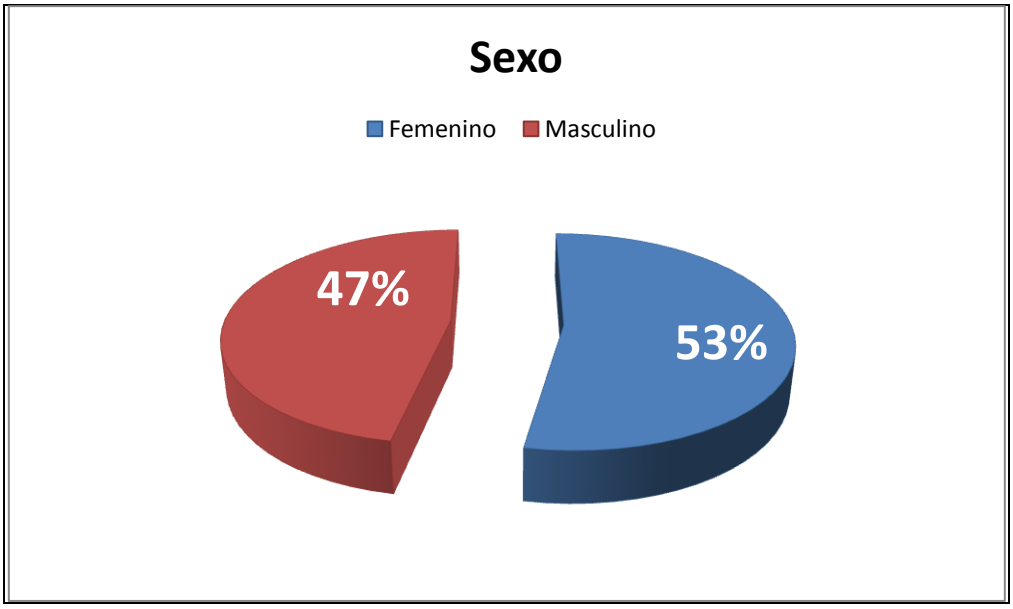
☐ **2.** No. ¿Por qué? _____

Nuevamente, le agradecemos su valioso tiempo, al brindarnos la información necesaria para llenar este cuestionario.

Muchas gracias.

6.2.1. Análisis de Encuestas

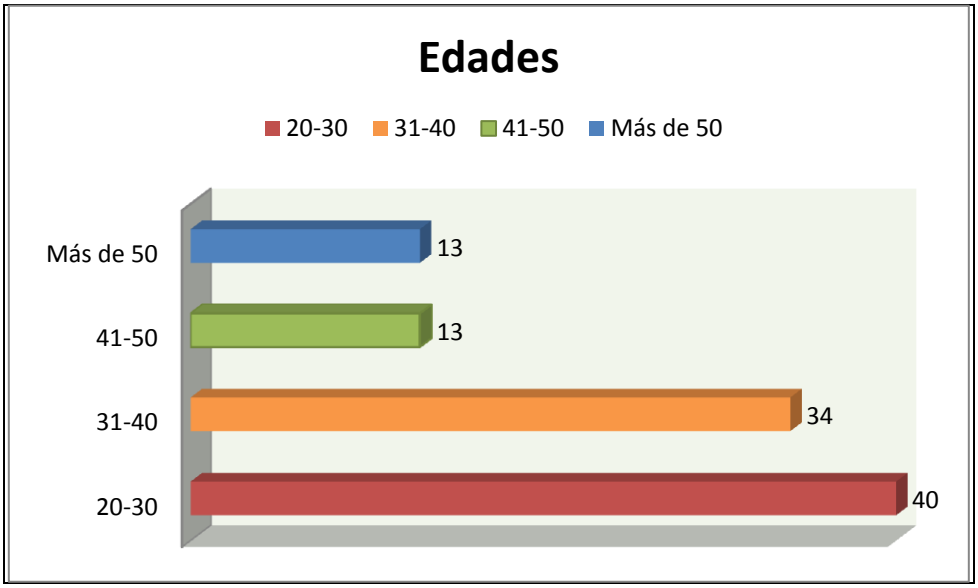
En lo que respecta a la variable sexo, se puede observar en el siguiente cuadro, como ésta es similar, notándose una leve mayoría del sexo femenino, que comprende un 53% contra un 47% de encuestados del sexo masculino.

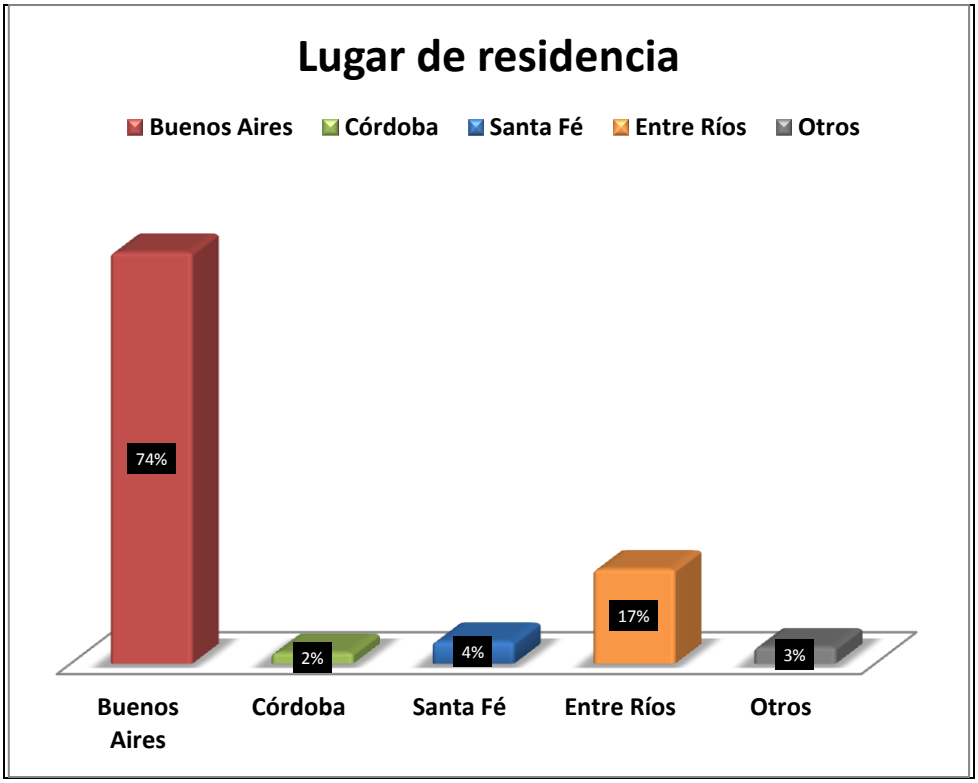


En lo que concierne a las edades de los encuestados se puede determinar que un 40% está comprendido entre las edades de 20-30 años, y un 34% corresponde al grupo de 31-40 años, lo que representa un 74% de total de encuestados, un dato que no resulta menor ya que como se observará más adelante, las motivaciones de estos grupos etarios están bien diferenciadas con el resto de los grupos.

Por otro lado, el lugar de residencia evidentemente se distingue un valor importante y casi mayoritario de personas de la Provincia de Buenos Aires y Capital Federal, se pueden destacar aquí los escasos 200 km que los unen con la ciudad de Gualeguaychú, sumado a la reciente inauguración del último tramo Ceibas-Gualeguaychú de la Autopista Mesopotámica, entre otros motivos.

Notándose además un 17% de visitantes provenientes de diferentes puntos de la Provincia de Entre Ríos, un dato que nuevamente lleva a pensar en la cercanía como punto clave a la hora de elegir el destino turístico.

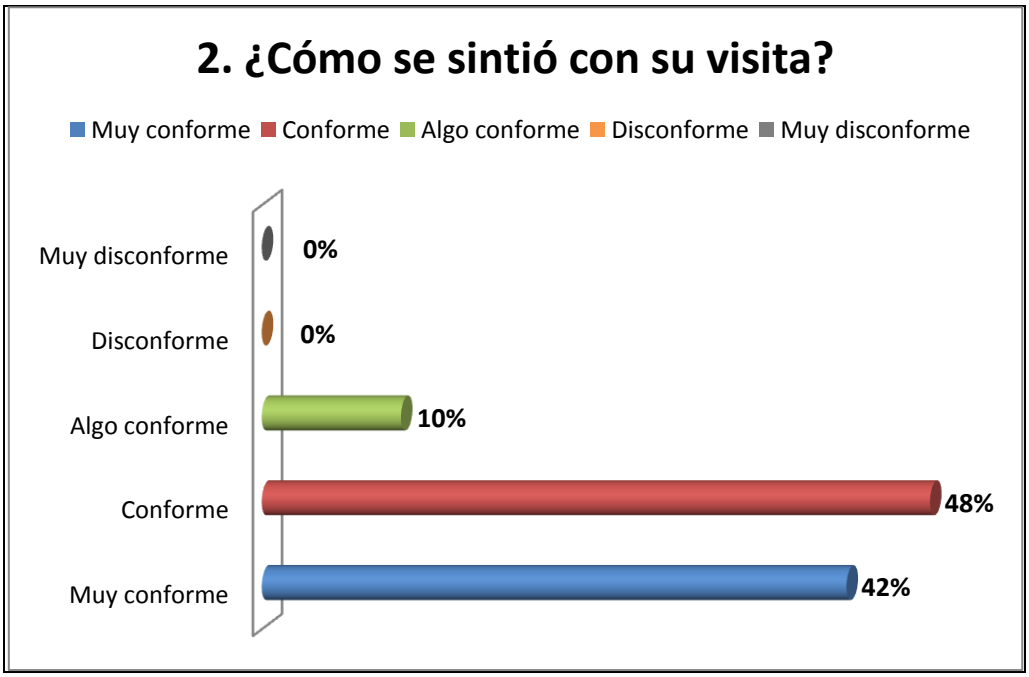

Edades
20-30
31-40
41-50
Más de 50
Más de 50
41-50
31-40
20-30
13
13
34
40


Lugar de residencia
Buenos Aires
Córdoba
Santa Fé
Entre Ríos
Otros
74%
2%
4%
17%
3%
Buenos Aires
Córdoba
Santa Fé
Entre Ríos
Otros

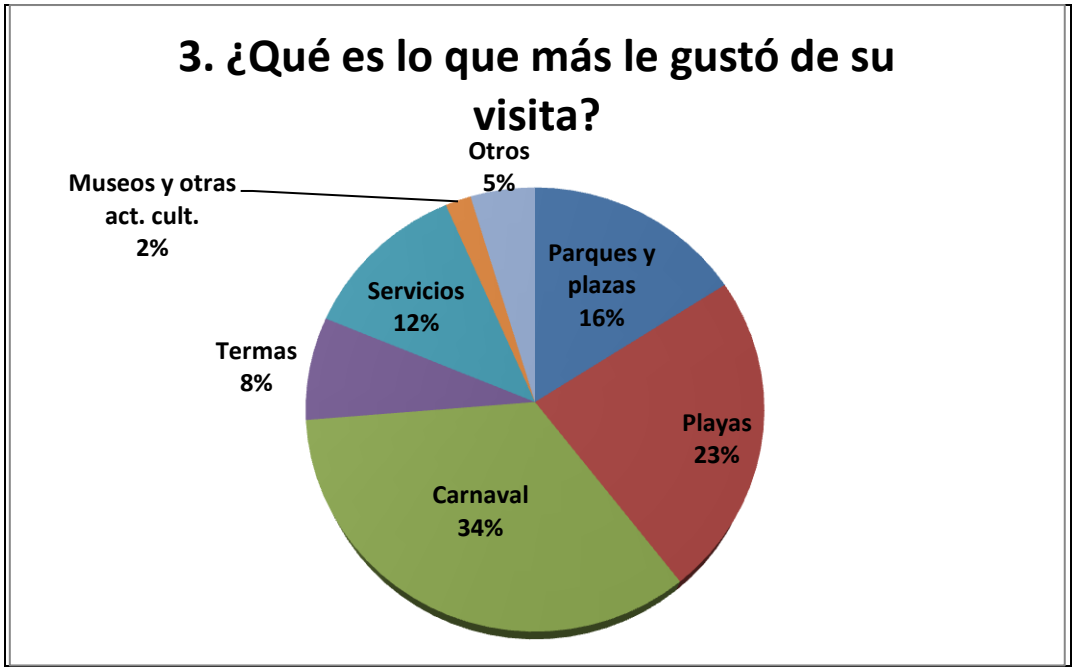
Comenzando con el cuestionario, la primer pregunta revela si los visitantes conocían con anterioridad el destino, y con una marcada diferencia, el 65% de los encuestados dice haber concurrido a la ciudad tiempo atrás, lo que notaría cierta satisfacción por parte de los visitantes al regresar nuevamente a Gualeguaychú.

Buscando determinar el nivel de satisfacción durante la estadía de los visitantes, la pregunta número dos muestra un 90% de encuestados conformes y muy conformes con su visita, mientras que un porcentaje absolutamente nulo refleja la disconformidad de los mismos.

Esta pregunta resulta de vital preponderancia, ya que los datos recolectados marcan una evaluación positiva y considerablemente satisfactoria del turista que visita la ciudad, lo que lleva a pensar que estos puedan regresar al destino y lo que es aún más relevante, transmitan sus experiencias con la propagación de boca en boca.

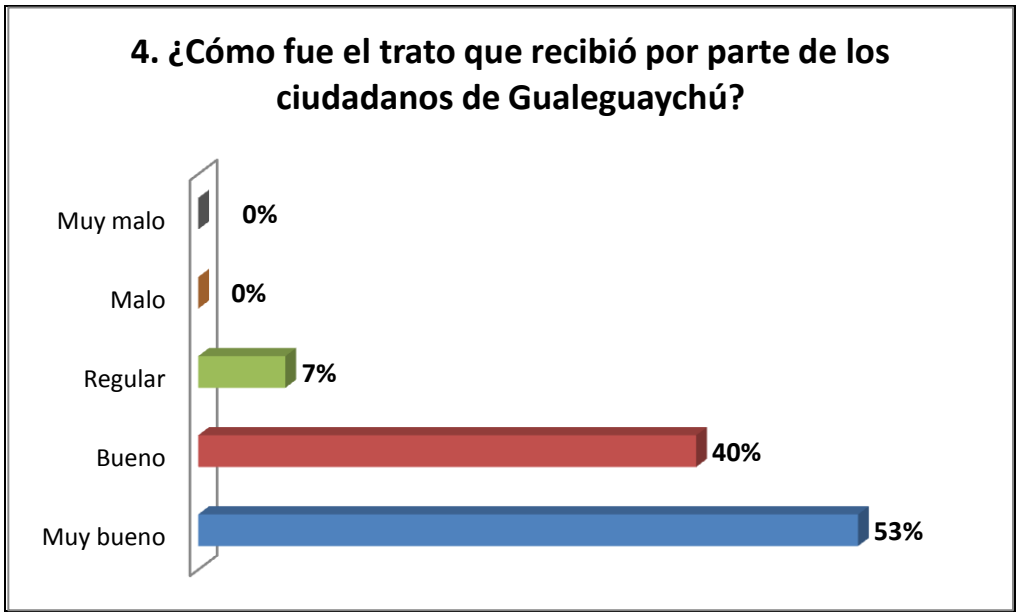


En lo que respecta a la oferta turística, evidentemente el evento del Carnaval es lo más atrayente de la ciudad, con un 34%, siguiendo en importancia las playas con un 23%, mientras que los museos y las actividades culturales alcanzan tan solo un 2%, notando aquí un déficit en la oferta cultural.



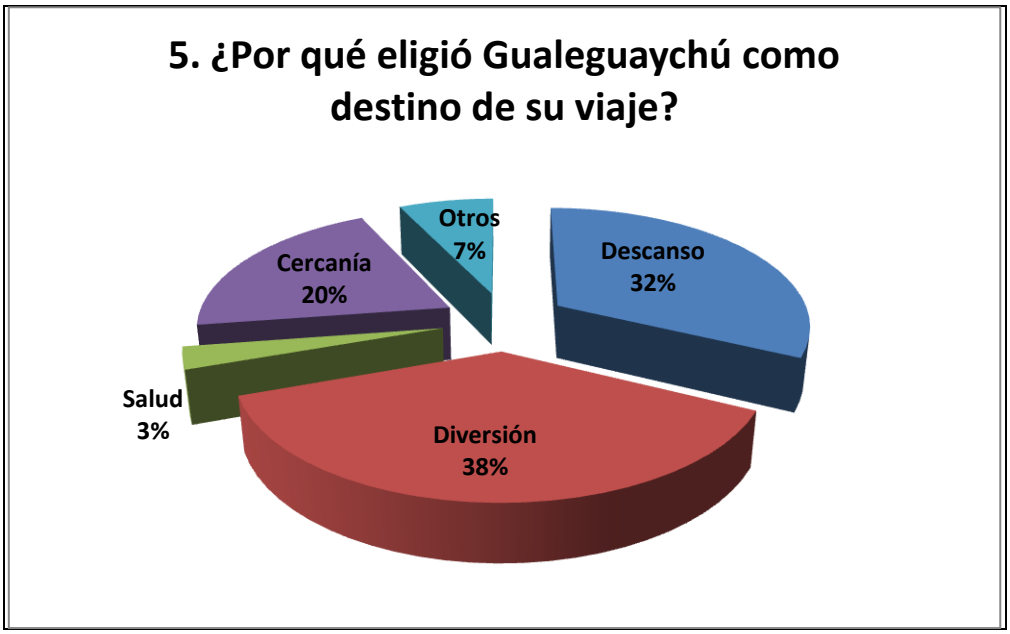
Una de las preguntas realizadas que marca la relación entre Turistas y Residentes, es la que se analizará a continuación, donde un contundente 93% de los encuestados afirmó haber recibido un trato satisfactorio por parte de los ciudadanos de Gualeguaychú, mientras que solo un 7% eligió la opción de trato regular, y ninguno de ellos las categorías "malo" y "muy malo".

Esta contundencia en los porcentajes obtenidos, dan muestra de cómo el residente se vincula con el turista en forma positiva, y teniendo en cuenta los resultados de la pregunta N°2, estos datos no hacen más que fortalecer el nivel de satisfacción del visitante.

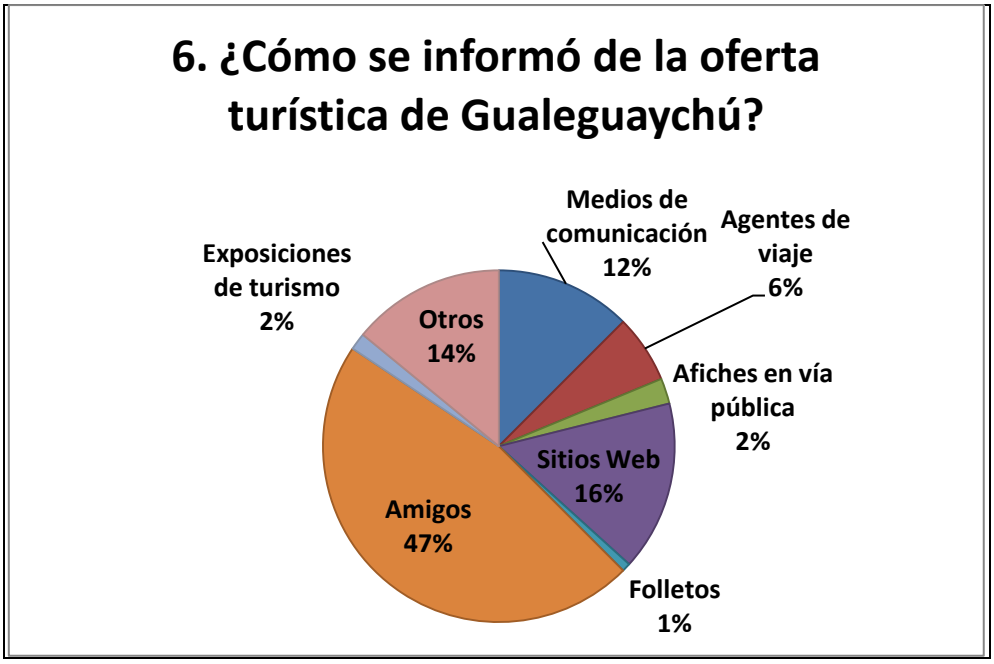


La siguiente pregunta hace referencia a las motivaciones de los turistas que visitan la ciudad de Gualeguaychú, donde se puede observar un 38% de respuestas que afirman la búsqueda de "diversión", un 32% que llega a la ciudad en búsqueda de "descanso", mientras que un 20% accede al destino debido a la cercanía con su lugar de residencia.

Como se mencionó con anterioridad, las motivaciones varían según los grupos etarios, notándose una importante diferencia entre ellos, donde la mayor parte de quienes eligieron la opción "diversión" pertenecen al grupo de 20 a 40 años.

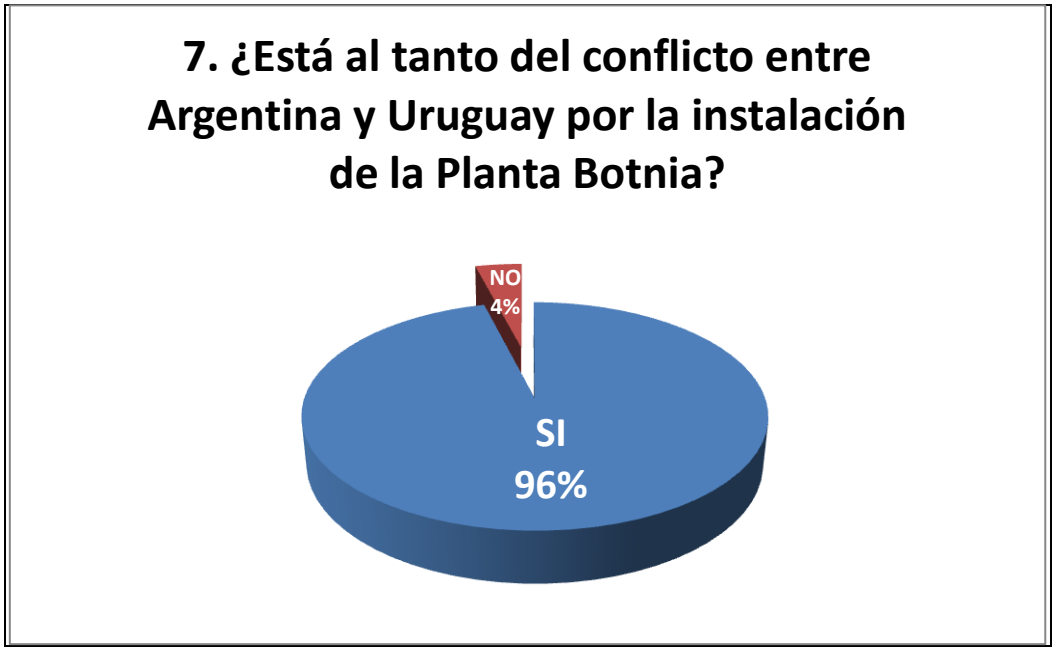


Al buscar identificar la promoción de la oferta turística de Gualeguaychú, se puede observar un marcado 47% proveniente de la opción "amigos", lo que hace referencia a un punto que se ha mencionado anteriormente, la propagación del "boca en boca", algo distintivo y positivo, ya que denota la satisfacción de los visitantes que luego de concurrir al destino recomiendan el mismo.



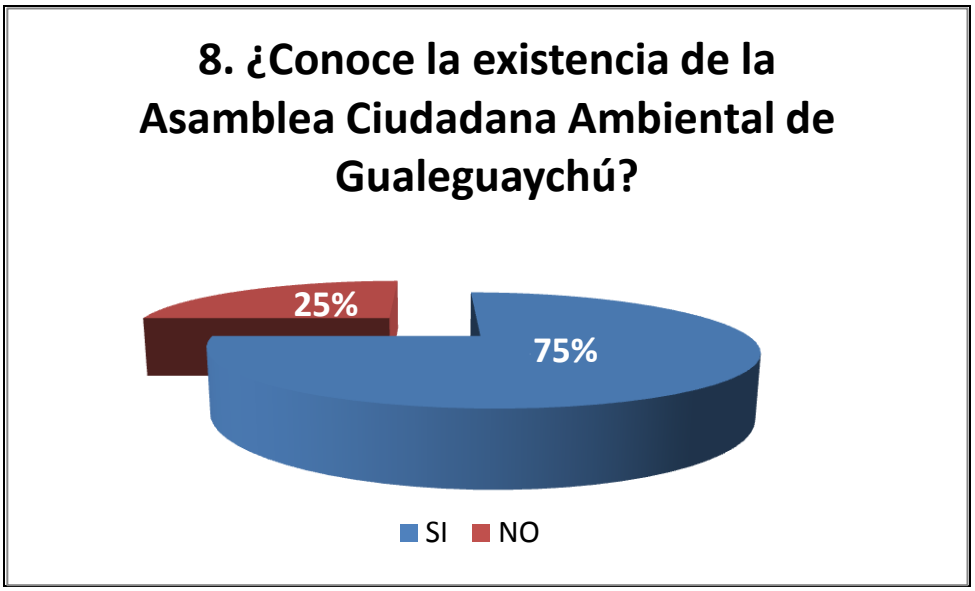
A partir de la pregunta N° 7 se comenzará con la determinación de conocimientos sobre la problemática de Botnia-UPM, donde un diferenciado 96% de los encuestados afirma estar al tanto del conflicto entre Argentina y Uruguay por la instalación de la pastera.

Esto nos indica estar frente a un conflicto que se encuentra latente en la esfera de la opinión pública, ya que este dato determina la importancia y el conocimiento que tienen del mismo gran parte de la población.



Con respecto al conocimiento de la existencia de la A.C.A.G, un 75% afirma estar al tanto, mientras que el restante 25% desconoce por completo dicha organización.

Con estos valores porcentuales se puede vislumbrar un accionar positivo por parte de la Asamblea respecto al área comunicacional, dando a conocer su postura y los métodos utilizados ante la controversia con Botnia-UPM.

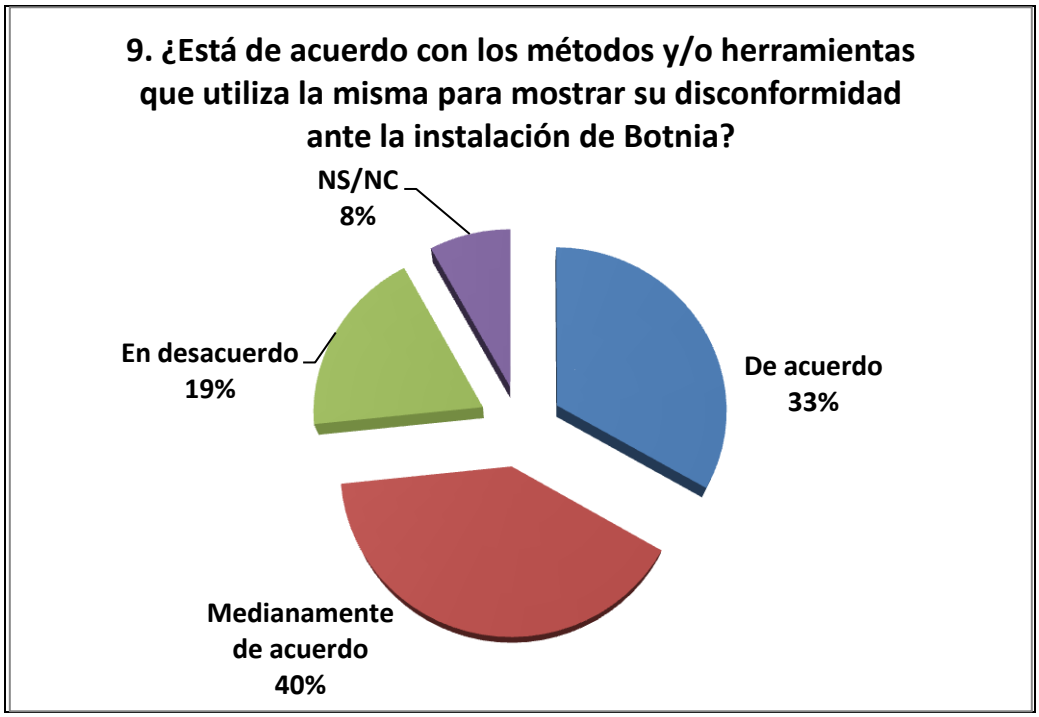


La siguiente pregunta fue respondida solo por aquellos encuestados que conocen la existencia de la A.C.A.G.

Mediante esta pregunta, se ha querido determinar la percepción del visitante sobre la controversia a nivel sociocultural, ya que las diversas herramientas y/o métodos utilizados por la A.C.A.G, en contraposición de la pastera, podrían ser negativas para el turista que visita la ciudad. Entre los métodos más destacados y posiblemente los más perjudiciales para el sector turístico, se puede nombrar el corte de la Ruta Internacional N°136 y las marchas multitudinarias realizadas.

En consecuencia, un 40% afirmó estar medianamente de acuerdo con los métodos utilizados, lo que implicaría que apoyan la lucha, pero solo están de acuerdo con parte del accionar de la A.C.A.G., mientras que un 33% eligió la opción "de acuerdo", y un 19% dice estar absolutamente en desacuerdo.

En síntesis, este 73% que indica estar de acuerdo o medianamente de acuerdo, apoyaría la lucha, ya sea compartiendo la totalidad o parte de las acciones desarrolladas por la Asamblea.

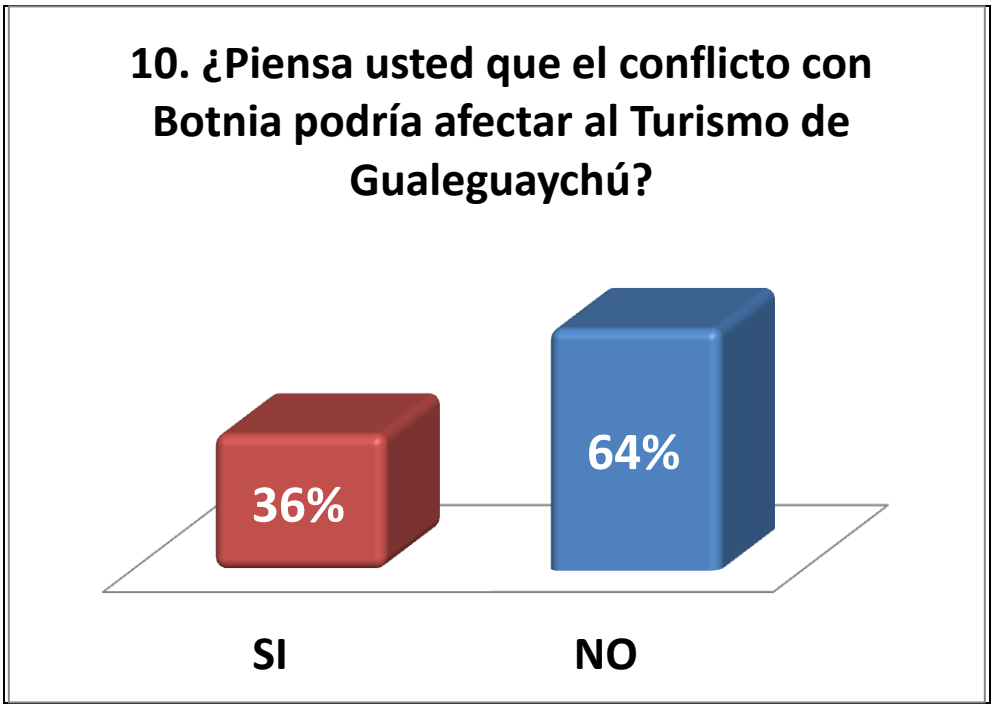


Con respecto a la percepción del visitante sobre la afectación del Sector Turístico por el conflicto con Botnia-UPM, una notoria diferencia indica que un 64% piensa que el conflicto no afectará al turismo de la ciudad, mientras que un 36% opina que se verá afectado.

Quienes optaron por la opción "Si", han tenido la posibilidad de explayarse en el tema y dar a conocer su opinión respecto a cómo y de qué forma podría verse afectado el turismo de la ciudad. Las respuestas obtenidas fueron similares, la mayoría hizo hincapié en los problemas de contaminación, en el impacto visual que provoca la pastera frente al río Uruguay, la desaparición a largo y mediano plazo de los balnearios y las actividades relacionadas con este atractivo, así como también la percepción de malos olores.

Una minoría hizo referencia al malestar que puede provocar el accionar de la población en contraposición de Botnia-UPM, nombrando el corte de ruta y las manifestaciones, afirmado que ese tipo de métodos pueden perturbar al visitante que intenta relajarse y disfrutar plenamente del destino. Así como también, la posibilidad de que el conflicto persista en el tiempo sin llegar a un acuerdo favorable, empeorando la situación social, y que este malestar se transfiera desde el residente al visitante, generando un contacto negativo entre ambos.

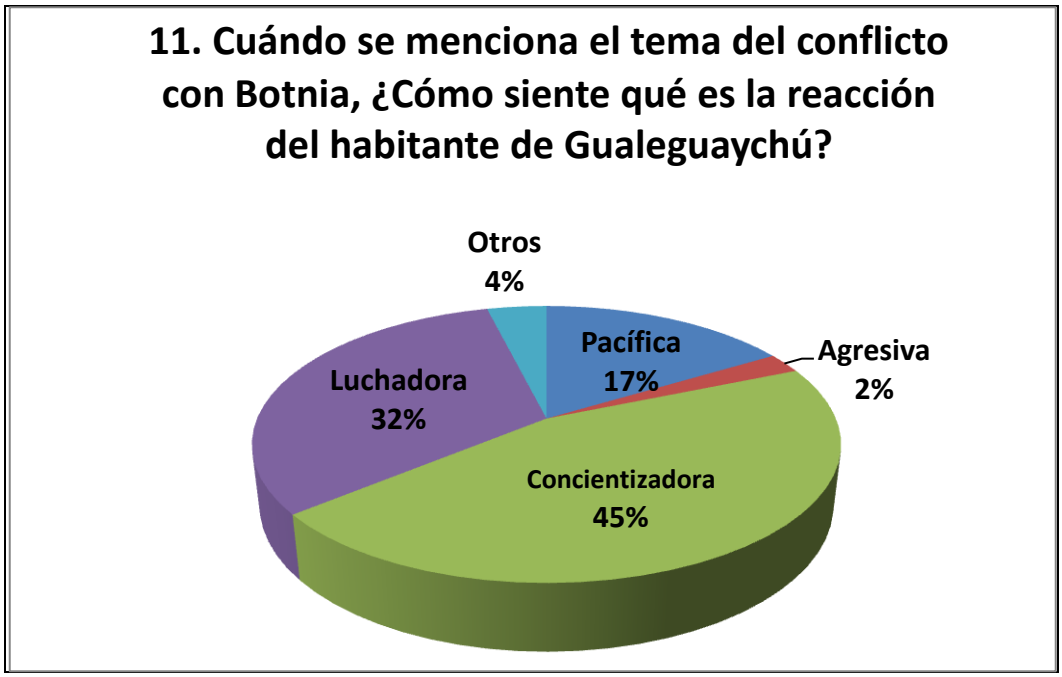
A pesar de esto, debemos tener en cuenta que sobre la muestra de 100 visitantes, la mayoría ha dejado en evidencia que NO cree que el turismo se vea afectado por el conflicto.



La pregunta que a continuación se analizará, determina la apreciación que posee el visitante sobre la reacción que tiene el ciudadano de Gualeguaychú cuando se hace mención al conflicto con Botnia-UPM, lo que indicaría una perspectiva diferente ante el litigio.

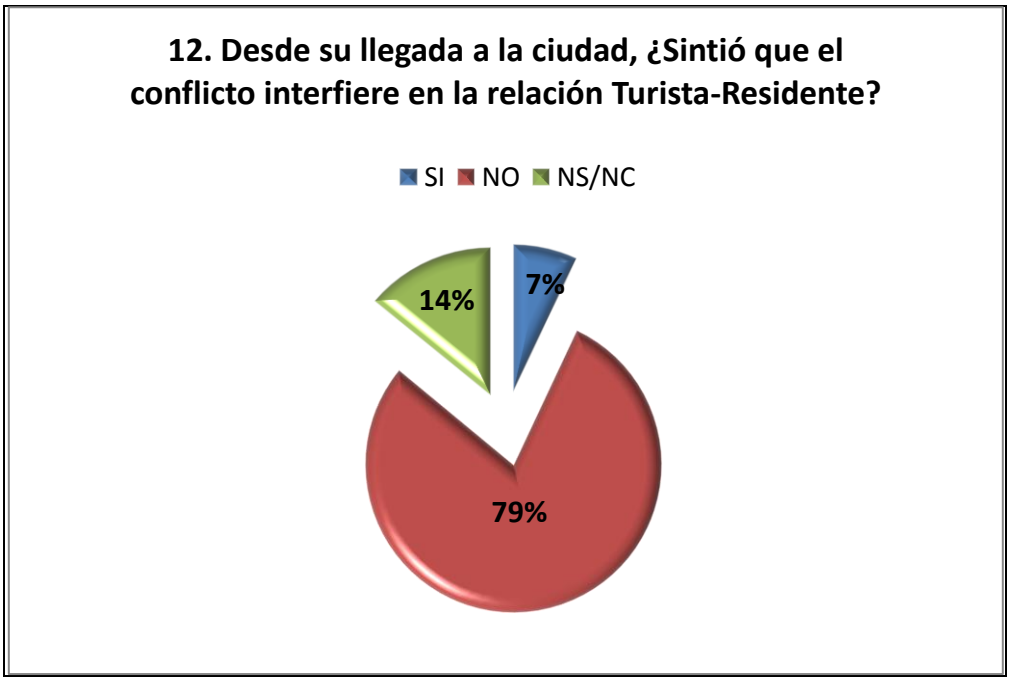
Solo un 2% opina que la reacción del habitante de Gualeguaychú es "Agresiva", la mayoría de los encuestados escogió la opción "Concientizadora" con un 45% y "Luchadora" con un 32%.

Los valores obtenidos muestran de esta forma, que a pesar de las movilizaciones y distintas manifestaciones de protesta, las personas que no residen en la ciudad opinan en un gran porcentaje que los ciudadanos responden en un accionar concientizador, y/o luchador mostrando su descontento ante la instalación y posterior puesta en funcionamiento de la planta, intentando demostrar los problemas de contaminación que a corto y a largo plazo puedan afectar a los habitantes de la región, poniendo en alto el emblema "Si a la vida, No a las papeleras"

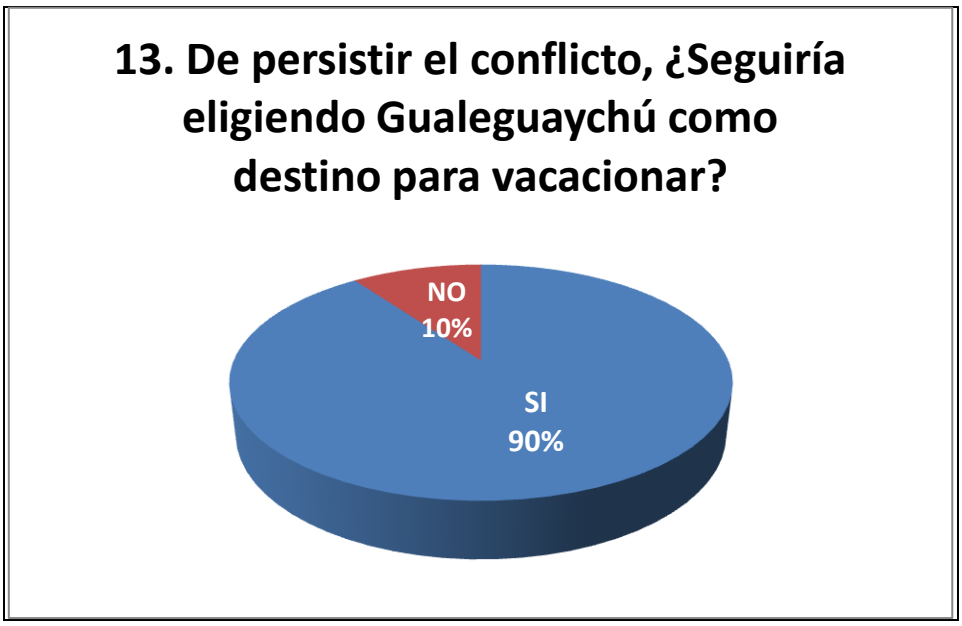


La pregunta N°12, al igual que la pregunta N° 4 del cuestionario, hace mención de la relación Turista-Residente. En este caso, habiendo puesto de manifiesto las anteriores preguntas que tratan puntualmente el Conflicto con Botnia-UPM, se consulta a los encuestados la sensación que tienen los mismos sobre si la controversia interfirió o no en la relación con los habitantes de la ciudad.

Notoriamente, el 79% de los encuestados opina que el conflicto No interfirió en la relación Turista-Residente, dato altamente positivo, ya que indica que los visitantes no se sintieron perturbados por los problemas socioculturales a raíz de la pastera.



Para finalizar con el cuestionario, se ha consultado a los encuestados si seguirían eligiendo Gualeguaychú como destino para vacacionar, a lo que un 90% de la muestra contestó "Si".



En conclusión al análisis de las encuestas realizadas, se puede decir que en el año 2011, a cuatro años de la puesta en funcionamiento de la Planta Botnia-UPM, y de acuerdo a la muestra realizada, el turismo de la ciudad de Gualeguaychú no se ve afectado por los inconvenientes socioculturales producidos por dicho motivo.

Teniendo en cuenta las principales motivaciones de los visitantes, como lo son el Carnaval y las playas, que al no verse afectadas por la contaminación hasta el momento, continúan siendo visitadas.

Así como también, el accionar de los habitantes de la ciudad, en una forma concientizadora y luchadora no agresiva, intentando brindar lo mejor de sí a los visitantes, dejando de lado el malestar social debido a lucha contra la pastera que continúa vigente, intentando no interferir en el tiempo libre de quienes llegan a la ciudad.

6.3. Encuestas a Residentes

A continuación se analizarán las preguntas realizadas a 80 residentes de la ciudad de Gualeguaychú, durante los meses de Junio y Julio del año 2011.

La muestra se realizó al azar a lo largo de la calle 25 de Mayo, arteria principal de la ciudad, y diversos puntos estratégicos, como la Costanera y el Parque Unzué, donde los fines de semana, especialmente los días domingo, acostumbran ser puntos sociales de encuentro.

Se realizaron 8 preguntas, con el fin de detectar los impactos socioculturales producidos en la población local de Gualeguaychú luego de la instalación de la pastera. Además se podrá obtener información sobre:

- Conocimiento de los residentes sobre el conflicto de la pastera Botnia-UPM.

- Postura personal ante la instalación de la pastera y en relación a los métodos de protesta organizados por la Asamblea Ciudadana Ambiental.

- Nivel de participación de los residentes en eventos de protesta.

- Percepción de la actividad turística en relación al conflicto de la pastera.

- Relación entre turistas y residentes.

- Percepción ante la reacción de los visitantes cuando se hace mención de manera directa o indirecta al conflicto.

MODELO DE ENCUESTA A RESIDENTES DE GUALEGUAYCHÚ:

El siguiente cuestionario es de sencilla resolución, tan solo tomará unos minutos responder las preguntas del mismo.
Le agradecemos su valiosa colaboración.

Sexo: ☐ **Edad:** ☐

1. **¿Cuánto cree usted que está informado sobre el conflicto de la pastera Botnia-UPM?**

   ☐ Desinformado
   ☐ Poco informado
   ☐ Medianamente informado
   ☐ Informado
   ☐ Muy informado

2. **¿Está de acuerdo con la instalación de Botnia-UPM?**

   ☐ De acuerdo
   ☐ Medianamente de acuerdo
   ☐ En desacuerdo.

3. **¿Ha participado en algún evento organizado por la Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú?**

   ☐ Si
   ☐ No **(Pasa a pregunta Nro. 5)**

4. **¿En qué eventos participó?**

   ☐ Marcha Anual al Puente General San Martín
   ☐ Corte de la Ruta Internacional N° 136
   ☐ Asambleas

- [ ] Eventos culturales
- [ ] Grito Blanco
- [ ] Otros → ¿Cuáles?

5. ¿Está de acuerdo con los métodos y/o herramientas que utiliza la Asamblea para mostrar su disconformidad ante la instalación de Botnia-UPM?

- [ ] En desacuerdo
- [ ] Medianamente de acuerdo
- [ ] De acuerdo
- [ ] NS/NC

6. ¿Piensa usted que el conflicto con Botnia-UPM podría afectar al Turismo de Gualeguaychú?

- [ ] Si → ¿Por qué y de qué forma usted piensa que se vería afectado?
- [ ] No

7. ¿Cree que esta problemática interfiere en la relación Turista - Residente causando algún tipo de malestar en el visitante que llega a la ciudad?

- [ ] Si
- [ ] No
- [ ] NS/NC

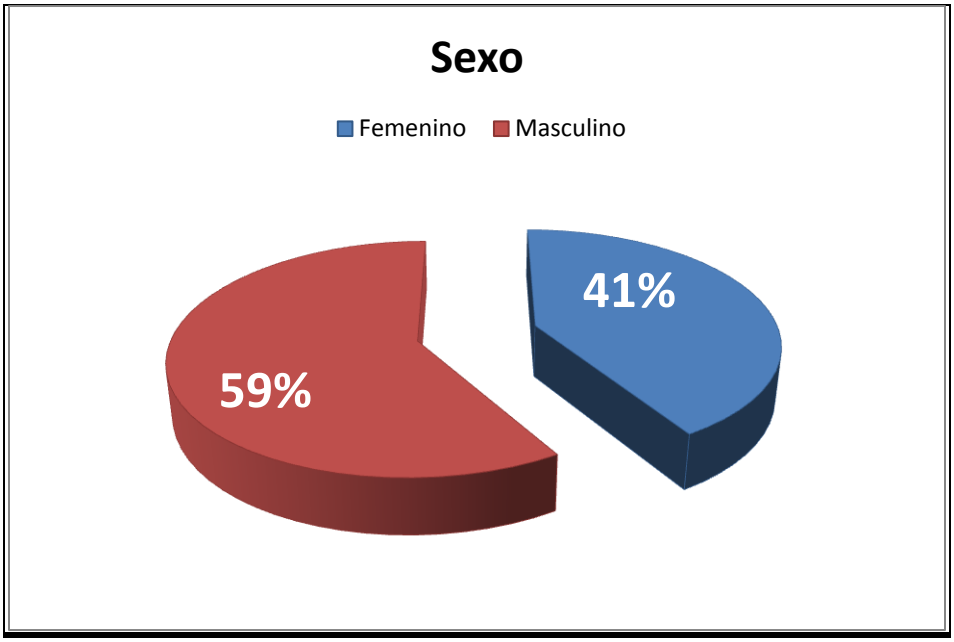
8. ¿Cómo cree que es la reacción del Turista cuando se menciona el conflicto con Botnia-UPM?

- [ ] Positiva (muestra comprensión y adhesión a la causa)
- [ ] Negativa.
- [ ] NS/NC.

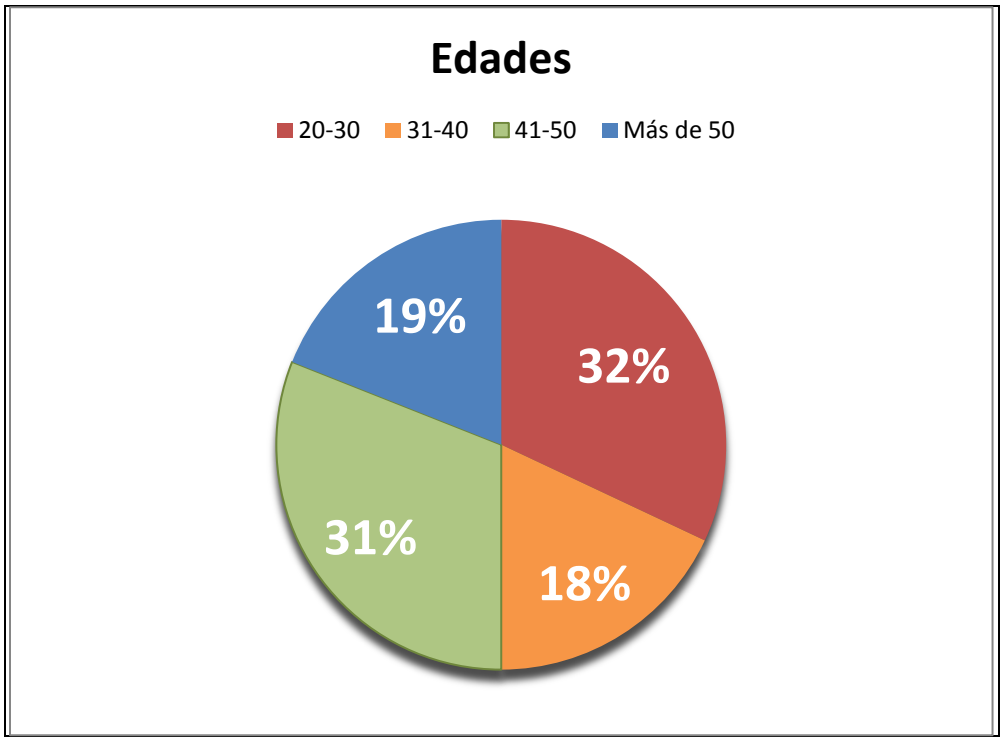
Nuevamente, le agradecemos su valioso tiempo, al brindarnos la información necesaria para llenar este cuestionario. Muchas gracias.

6.3.1. Análisis de Encuestas

Con respecto a la variable sexo, se puede observar en el siguiente gráfico, una leve mayoría del sexo masculino, que comprende un 59% contra un 41% de encuestados del sexo femenino.



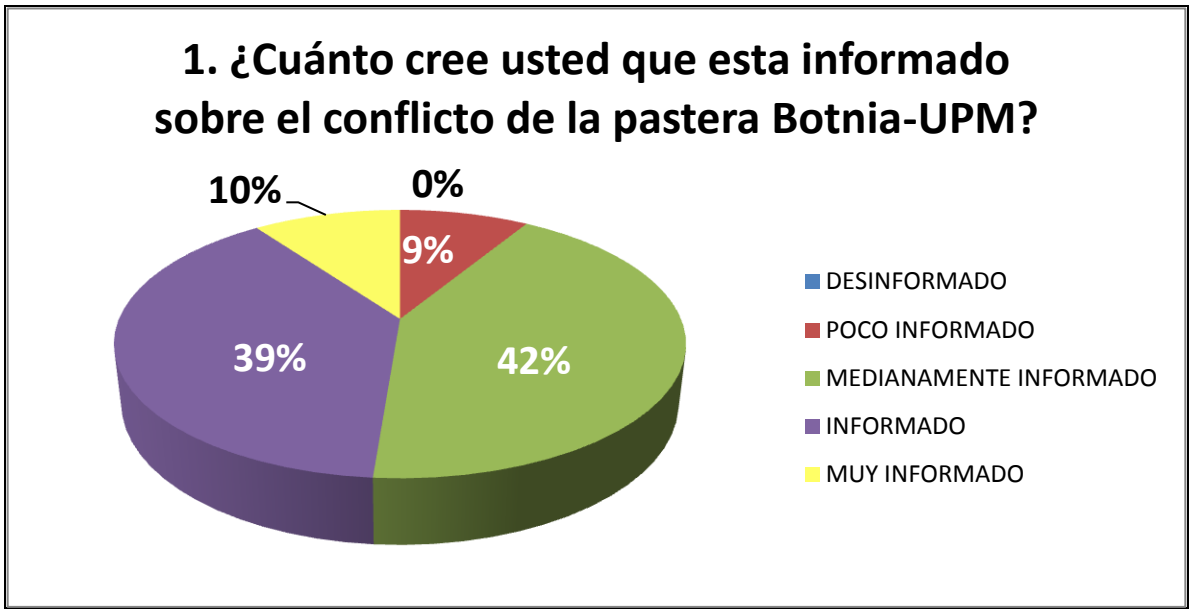
En cuanto a las edades de los residentes, se ha buscado encuestar a diversos grupos etarios, para que en el caso de que exista una diferencia de opiniones entre estos segmentos poblacionales, poder identificarlos y determinar de esta forma el impacto generado por el conflicto.



Comenzando con el cuestionario, la primer pregunta hace referencia al grado de información que cada residente posee sobre el conflicto.

Un 10% de la muestra dice estar "Muy informado", mientras que un notorio 81% afirma estar "informado" o "medianamente informado".

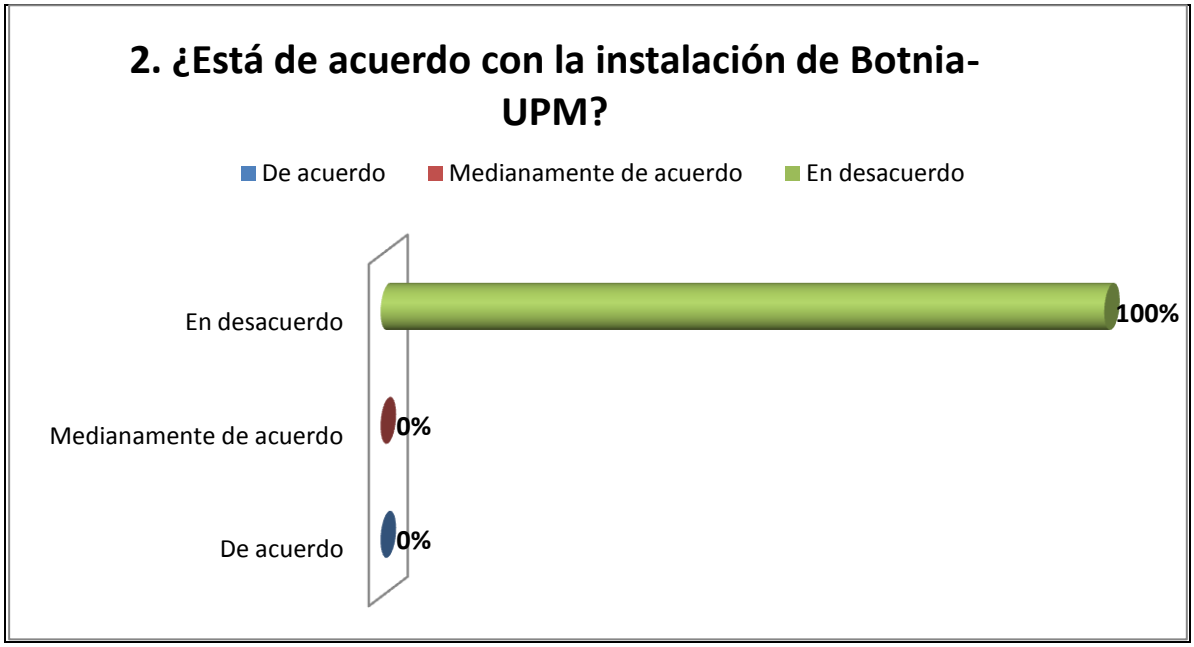
Se puede destacar aquí, el interés ante la causa, ya que ninguno de los encuestados dice estar "desinformado", y todos en menor o mayor medida están al tanto del conflicto.



La siguiente pregunta se ha realizado con el fin de conocer la postura personal sobre la instalación de Botnia-UPM de cada individuo encuestado.

Los resultados han sido llamativos, ya que un 100% de la muestra ha respondido estar en completo desacuerdo con la instalación de la pastera.

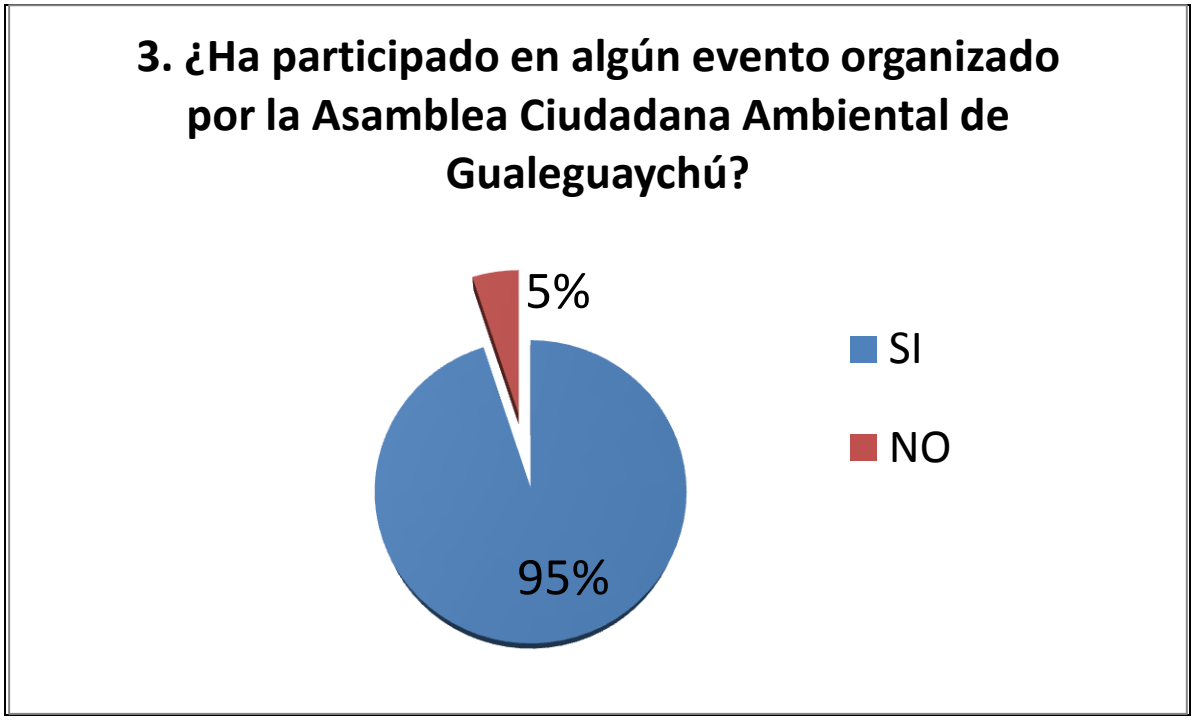
Estas cifran denotan claramente la disconformidad de la población local ante la empresa de capitales finlandeses, y el fuerte impacto sociocultural generado en los residentes de la ciudad.



En consecuencia de la anterior pregunta, se ha realizado la siguiente, con el fin de determinar la participación de los residentes de Gualeguaychú en diversos eventos de protesta organizados por la Asamblea Ciudadana Ambiental.

Un marcado 95% dice haber participado en alguno de estos acontecimientos para mostrar disconformidad ante la instalación de la pastera, lo que acrecenta aún mas el nivel de compromiso de parte de los ciudadanos en la lucha pro defensa de la vida y del medio ambiente.

Estas cifras marcan un porcentaje importante de adhesión a la causa, y muestran nuevamente el impacto sociocultaral generado por la instalación de Botnia-UPM.

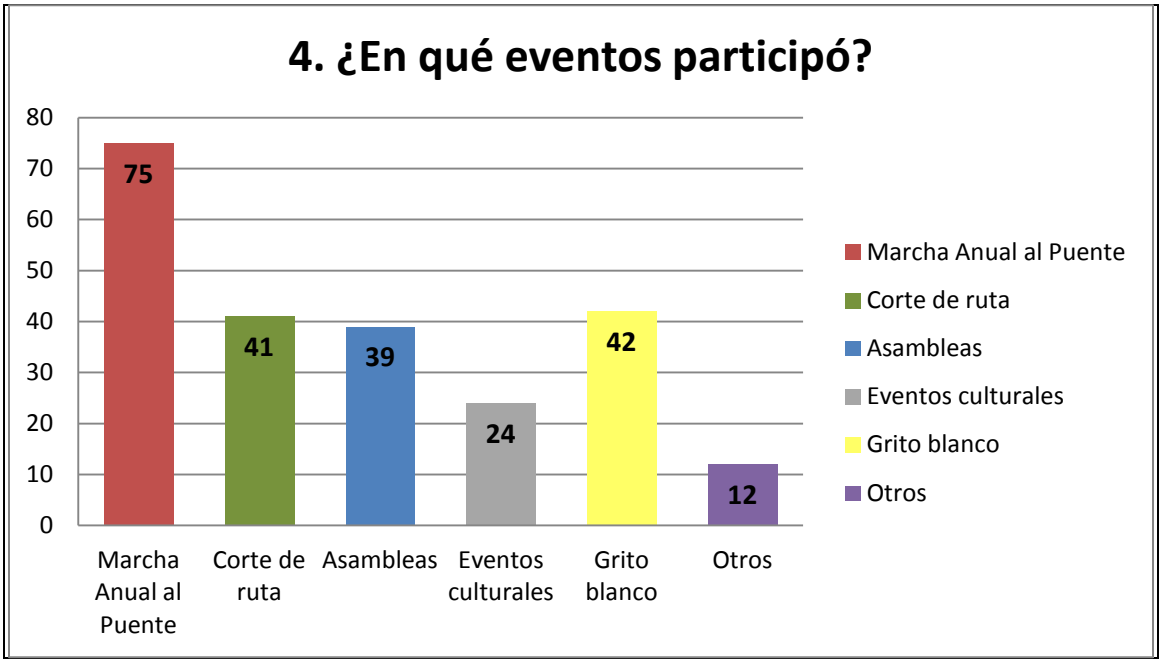


Para conocer el alcance de los eventos organizados por la Asamblea Ciudadana Ambiental, se han puesto de manifiesto los que se han considerado mas importantes o relevantes en la siguiente pregunta del cuestionario.

Teniendo en cuenta que el 95% de los encuestados ha participado de alguno de ellos se podrá resaltar aquí la gran convocatoria que tiene el evento "Marcha Anual al Puente General San Martín" que se desarrolla una vez al año, ya que de 80 personas encuestadas, 75 alguna vez concurrió a dicha marcha.

Los restantes eventos, no menos significativos, poseen un grado importante de concurrencia por parte de los residentes, destacándose "El grito Blanco", "El corte de ruta" y las "Asambleas".

Los encuestados han tenido la posibilidad de ampliar las opciones y aclarar otros eventos de los cuales fueron participes, y aquí se destacan, marchas y escraches frente a las embajadas de Uruguay y Finlandia en Buenos Aires, marchas llevadas a cabo por la Organización ecologista internacional Greenpeace, charlas informativas en establecimientos educativos, entre otros.

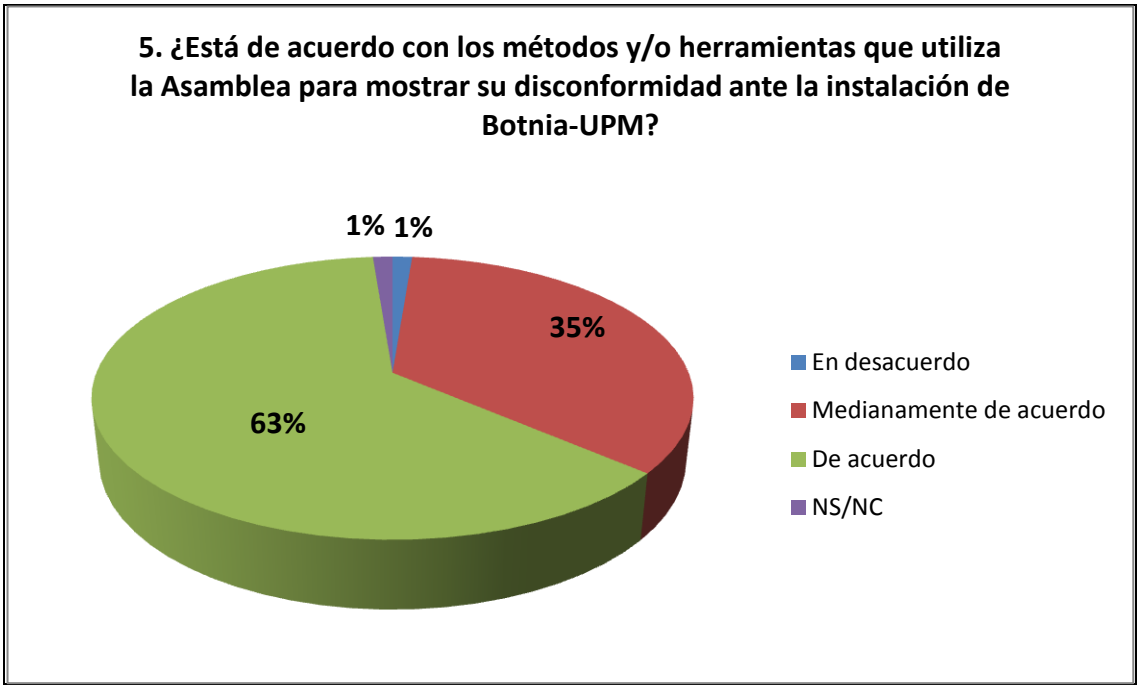


La siguiente pregunta se realizó con el fin de conocer la postura personal de los residentes de Gualeguaychú ante los métodos y/o herramientas que utiliza la A.C.A.G. para mostrar su disconformidad ante la instalación de Botnia-UPM.

Como se aclaró en capítulos anteriores, la Asamblea es una organización conformada por ciudadanos, por lo tanto, son éstos los que definen el accionar de la misma, mediante la decisión de la mayoría.

En cuanto a las cifras de la encuesta realizada, se puede observar en el siguiente gráfico, como un 63% de los ciudadanos está totalmente "De acuerdo", y un 35% de los encuestados ha afirmado estar "Medianamente de acuerdo", si bien no apoyan la totalidad de las decisiones y acciones tomadas por la mayoría, muestran sentimiento y adhesión a la lucha.

En cuanto a las restantes opciones, un porcentaje infimo es el que muestra disconformidad ante el accionar de la A.C.A.G.



La pregunta N°6 hace referencia a la percepción que tienen los residentes sobre la actividad turística en relación al conflicto con Botnia-UPM.

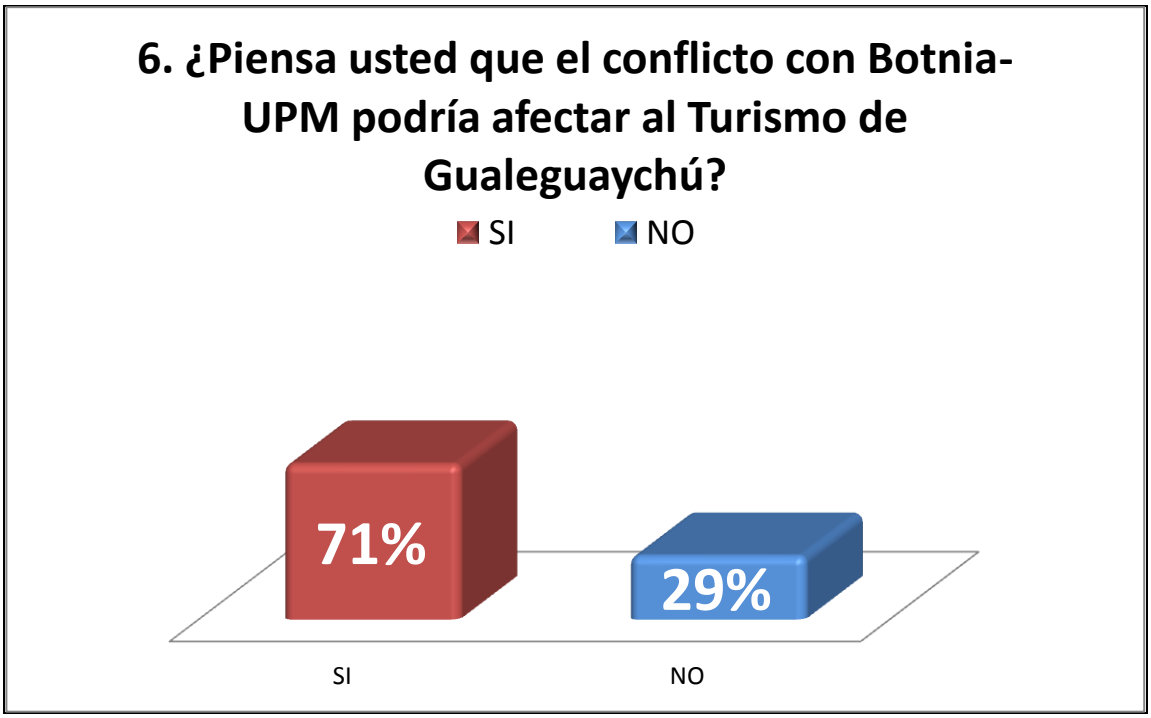
Un elocuente 71% indica que el conflicto podría afectar al turismo, y el restante 29% opina que no afectará.

Para quienes respondieron en forma afirmativa, han tenido la posibilidad de explayarse y dar su opinión al respecto. Notablemente, la gran mayoría ha hecho hincapié en que el turismo podría verse afectado por la contaminación ambiental, especialmente del río, haciendo desaparecer uno de sus principales atractivos turísticos, perdiendo no solo el paisaje natural, su flora y su fauna, sino además sus playas, y todas las actividades recreativas que invita la ciudad a realizar.

Otra de las reiteradas opiniones, en menor medida que la anterior, ha sido que el turismo de la ciudad podría verse afectado debido a la mala publicidad que se ha hecho durante los últimos años. La opinión pública mostrando al mundo que Gualeguaychú es una ciudad que vive en conflicto, y que puede ser una ciudad "contaminada", causando temor a los potenciales visitantes, evitando que éstos decidan conocer el destino.

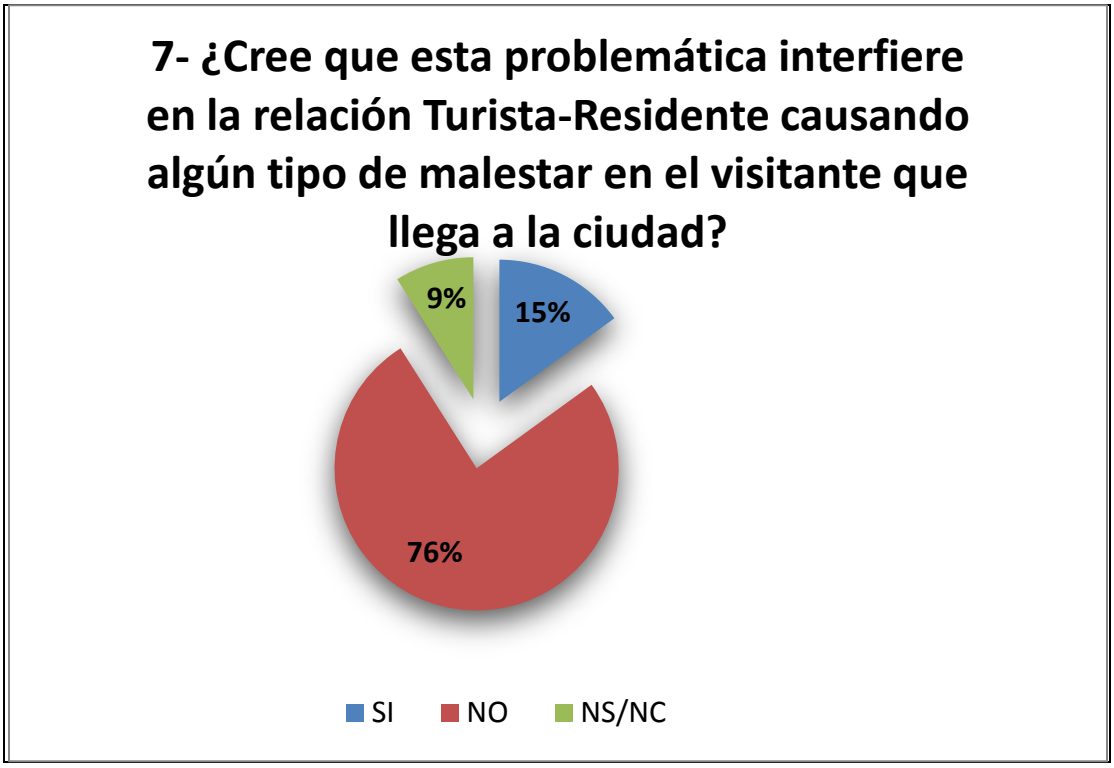
Lo anteriormente expuesto, puede ser tomado como un arma de doble filo, ya que si bien es importante que el mundo conozca la

problemática para poder adherirse a la causa, también puede provocar efectos negativos, como los mencionados en el parrafo anterior.



La pregunta N°7 hace mención a la relación Turista-Residente, donde un significativo 76% opina que la problemática con Botnia-UPM No interfiere en la relación. Tan solo un 15% de los encuestados opina que la misma interfiere, causando malestar en el visitante.

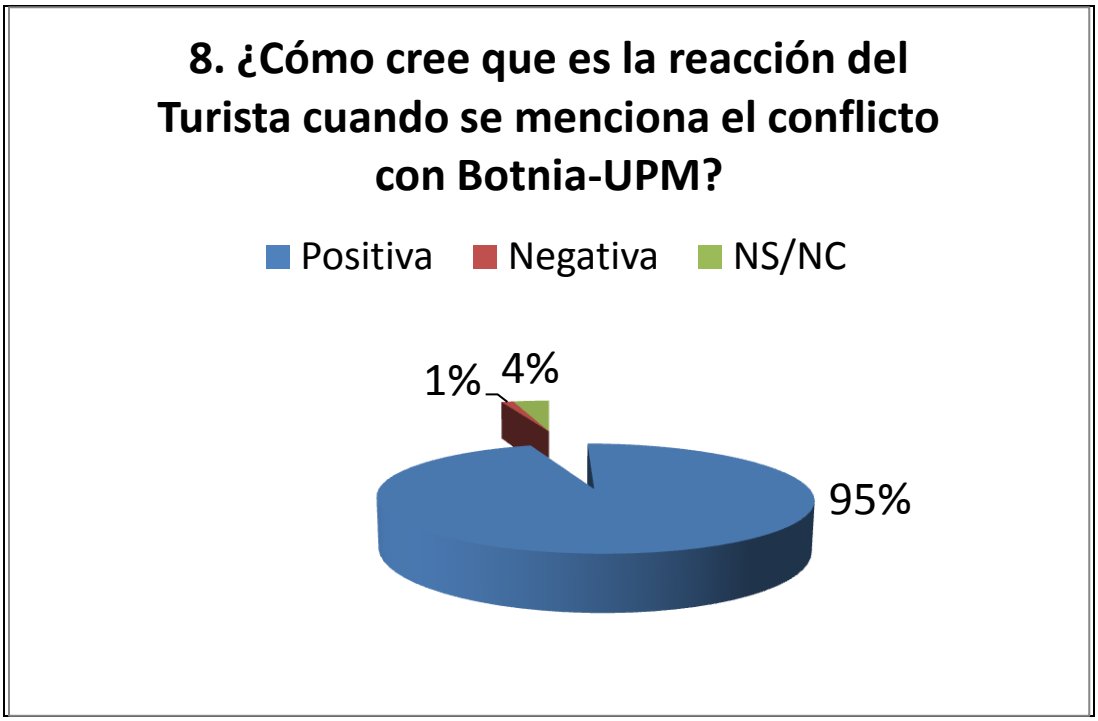
Una pregunta de similares características se utilizó en la encuesta a turistas, donde casualmente un 79% de la muestra opinó que la relación turista-residente no se ve afectada por la problemática, algo no menor, ya que indicaría que los residentes ofrecen lo mejor de sí a sus visitantes, dejando de lado sus sentimientos negativos con respecto a la instalación de la pastera, continuando con su lucha, pero sin olvidar que el turismo es uno de los motores principales de la economía de la ciudad.



Para finalizar con el cuestionario, se realizó la siguiente pregunta que hace referencia a la percepción del residente sobre la reacción que tiene el turista cuando se menciona el conflicto con la pastera.

Un inobjetable 95% afirma que los turistas reaccionan de manera positiva, mostrando adhesión a la causa.

Si se traza un paralelismo con las preguntas N°11 y N°13 del cuestionario realizado a turistas, se podrá observar que la percepción que posee el visitante sobre el residente cuando se menciona el conflicto, es mayoritariamente positiva, y que un 90% de la muestra realizada de turistas dice pretender volver a visitar el destino a pesar de la continuidad del conflicto.



En conclusión al análisis de encuestas a residentes, se puede decir, que la ciudad de Gualeguaychú se ve afectada luego de la instalación de la planta de pasta de celulosa Botnia-UPM. Si bien no se puede afirmar la existencia de efectos contaminantes, se puede dar constancia de los fuertes impactos socioculturales generados en consecuencia de la misma.

En forma notoria un 100% de la muestra realizada ha afirmado estar en contra de la instalación de la pastera, y un 95% asegura haber participado en algún evento de protesta. Todos en mayor o menor medida luchan contra la empresa de capitales finlandeses, buscando la erradicación de las instalaciones que se ubican sobre el Río Uruguay, uno de los principales atractivos de la ciudad.

Si bien gran parte de los residentes encuestados opina que el turismo podría verse afectado por el conflicto, se debe tener en cuenta que la mayoría hace alusión al tema ambiental, y una minoría a la imagen negativa que se le ha otorgado a Gualeguaychú, con respecto a sus marchas, cortes, diversas noticias publicadas en los medios de comunicación, y demás aspectos que distorsionan muchas veces la realidad al resto del mundo.

Por lo tanto, en un futuro, si la contaminación llegase a hacerse visible, la actividad podría verse afectada en forma negativa, pero si se tiene en cuenta que uno de los objetivos del presente trabajo es determinar si los

impactos socioculturales de la ciudad afectan a la actividad, se puede decir, que al año 2011, según el análisis de encuestas a residentes, dichos impactos no generan daños importantes en el turismo de la zona, que la actividad turística continúa funcionando, a pesar de la lucha constante de los habitantes de la ciudad.

6.4. Análisis de Entrevistas

Se han entrevistado a seis informantes claves, de diferentes organismos y establecimientos pero que a su vez, se encuentran muy ligados entre sí, a pesar que no todos trabajan en forma mancomunada.

Por un lado, se entrevistó a la Presidente del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, Analía Romani.

Luego de reiterados intentos por contactarla, vía telefónica y a través de su correo electrónico, pasados dos meses se logró establecer comunicación con la Presidente del Consejo, y debido a la dificultad por pactar una entrevista personal, se determinó enviar un cuestionario auto-administrado.

Gentilmente el día 25 de Julio, Analía Romani contestó las preguntas realizadas, pero algunas han sido eliminadas del cuestionario que se puede observar en el apartado de Anexos.

El motivo de lo anteriormente expuesto, se debe a que ciertas preguntas puntuales, no han sido respondidas, han sido pasadas por alto por parte de la entrevistada, las mismas se detallan a continuación:

1. ¿Qué opinión formada poseen desde el Consejo respecto de las herramientas y/o métodos que utiliza la A.C.A.G. para demostrar su disconformidad ante la instalación de Botnia-UPM?

2. ¿Trabajan en conjunto con la Asamblea a la hora de concientizar al turista que visita la ciudad?

Se ha podido observar, que las consultas referentes al área turística han sido respondidas exitosamente, mientras que las dos preguntas referidas al conflicto en sí, no han sido contestadas, evitando el compromiso frente a un tema sumamente sensible en la ciudad.

Por otro lado, se entrevistó a un miembro de la Asamblea Ciudadana de Gualeguaychú, y debido a que se trata de una persona reconocida en la ciudad, tanto por su intervención en la Asamblea, como en diversos temas políticos, se ha decidido resguardar su identidad.

La entrevista se pactó vía correo electrónico, el punto de encuentro fue la Ciudad de Gualeguaychú, el día 08 de Junio de 2011.

El Asambleísta ha respondido el cuestionario siguiendo una serie de pautas fijadas con anterioridad, explayándose donde le resultó necesario hacerlo.

Ha mostrado claramente su preocupación ante el futuro ambiental de la ciudad, así como también del país entero y del planeta, mostrando intranquilidad por diversos temas y conflictos que pueden afectar el medio ambiente, no solo sobre la controversia con Botnia-UPM.

Además, en reiteradas oportunidades ha dejado en claro su descontento con el Gobierno de turno y anteriores gestiones, refiriéndose a la falta de compromiso por el cuidado de la naturaleza y de los habitantes del país.

Ha hecho referencia también no solo al nulo apoyo por parte del Estado, sino además por parte del Consejo Mixto, que tal como se puede observar en la entrevista con Analía Romani en el apartado de Anexos, reitera en varias oportunidades la importancia que le otorgan desde el Consejo al cuidado ambiental, debido a que los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes, giran en torno a la naturaleza, y afirma la necesidad de su preservación.

Por lo que se detecta aquí, no existe el trabajo mancomunado por parte de la Asamblea Ciudadana y del Consejo Mixto Gualeguaychú turismo, cuando podrían unirse para concientizar al turista y a la población entera, acrecentando su lucha, ya que en forma separada cada uno de ellos muestra su preocupación por el futuro ambiental y el futuro de la actividad turística.

Por su parte, el Asambleísta entrevistado, adhiere que los medios de comunicación a nivel nacional juegan un rol fundamental en materia comunicacional, muchas veces en forma negativa.

Así mismo, se ha realizado una entrevista a la Presidente de la Asociación Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú, Gloria Chesini.

Ésta fue realizada vía correo electrónico el día 11 de julio de 2011, debido a la poca disponibilidad de tiempo libre por parte de la entrevistada, ya que se encontraba en plena campaña promocional de la ciudad para las vacaciones de invierno.

Gloria Chesini ha comentado que si bien la Asociación trabaja por cuenta propia, en reiteradas oportunidades han realizado actividades en

conjunto con la gente del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo para promocionar los productos que ofrece la ciudad.

Afirma que si bien no trabajan en forma conjunta con los miembros de la A.C.A.G., algunos integrantes de la Asociación forman parte de la Asamblea.

Otro de los entrevistados ha sido el encargado de Eventos y Promoción del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo, Fabián Godoy.

La entrevista se pactó telefónicamente y el lugar de encuentro fue la Oficina de Información al turista ubicada en el Puerto de Gualeguaychú, el día 28 de Noviembre de 2011.

Se ha realizado la entrevista siguiendo pautas fijadas con anterioridad, a pesar de esto, han surgido al momento de la misma, temas relevantes que brindaron un aporte extra a la charla, enriqueciéndola notablemente.

El entrevistado posee una importante experiencia en el campo laboral referente a la promoción turística de la ciudad, ha trabajado en diferente gestiones del Consejo desde el año 2001 y nos ha comentado los lineamientos básicos sobre los cuales se apoya la estrategia promocional de Gualeguaychú como destino turístico.

Afirma que no han realizado cambios de promoción luego de la instalación de Botnia-UPM, sino que se han encargado de seguir posicionando la Marca Gualeguaychú, renovada en el año 2004, y trabajan desde ese entonces, apuntando a un Gualeguaychú turístico los 365 días del año.

En líneas generales, desde el área de promoción buscan posicionar los diversos productos que posee la ciudad fuera de la temporada estival, como por ejemplo la oferta cultural, termas, etc.

Al igual que el resto de los entrevistados, Fabián Godoy muestra su preocupación ante el futuro ambiental, aunque afirma que el impacto se verá a largo plazo, ya que hasta el momento, su trabajo de promoción se encuentra dando frutos, los resultados de la misma han sido positivos y la actividad turística de la ciudad se ha incrementado en los últimos años.

Nos comenta además, que en la gestión actual de la Presidente Analía Romani, no trabajan en forma mancomunada con la A.C.A.G, y desde turismo, no están realizando ningún tipo de actividad para concientizar al turista sobre la peligrosidad de la pastera, pero que desde

gestiones anteriores, con Sebastián Bel como Presidente del Consejo lo han hecho, entregando folletos explicativos durante el "Operativo Bienvenida[70]" y con carteles alusivos en los diversos stands de promoción turística como la FIT y workshops donde han tenido presencia.

A su vez, se ha entrevistado a un empleado del Balneario/Camping Ñandubaysal, poseedor de gran experiencia en el área turística del mismo.

Se ha decidido resguardar la identidad del entrevistado debido a la exposición por temas legales entre éste establecimiento privado y la empresa Botnia-UPM.

Nos comenta su preocupación ante el futuro ambiental, y los cambios que han notado en la zona. El entrevistado reside dentro del Balneario y argumenta que la instalación de la planta ha perjudicado su calidad de vida y la de su familia.

Además, muestra gran preocupación por el impacto visual que la pastera genera frente al balneario, aunque a pesar de esto, como dato anecdótico, reciben visitantes curiosos por conocer la vista panorámica de la pastera ubicada al otro lado del río Uruguay. Manifiesta que los turistas en general muestran adhesión a la causa.

Durante los últimos años, a diferencia del resto de los establecimientos que componen la oferta de alojamiento de la ciudad, el Camping Ñandubaysal, ha denotado un descenso en cuanto a ocupación de parcelas de acampe durante los días de semana, solo presentan ocupación total del camping durante los fines de semana de Carnaval.

Afirma que promocionan de diversas maneras el establecimiento y para atraer mayor cantidad de turistas han congelado los precios del año pasado, a pesar de esto, el entrevistado no ha podido explicar el motivo del descenso de acampantes.

Con respecto a su vinculación con la A.C.A.G, el entrevistado sostiene que participa activamente en la misma, y adhiere además, que el balneario colabora económicamente, donando la recaudación total del día de apertura de la temporada estival.

---

[70] Operativo Bienvenida: Es un programa que se realiza durante los fines de semana de enero y febrero en el acceso de ingreso a la ciudad. En este participan el Consejo Mixto, agentes de tránsito y empresas privadas, con el propósito de darle la bienvenida a los visitantes, brindando información turística y promocional.

El último entrevistado ha sido Fabricio Elgue, Administrador del Balneario/camping Solar del Este, ubicado a la vera del Río Gualeguaychú.

Dicho balneario, apunta al sector de turistas jóvenes, que buscan diversión durante su estadía. Además de los servicios generales que ofrecen los balnearios y campings de la zona, Solar del Este se caracteriza por poseer animadores, shows en vivo, etc., se presentan como un establecimiento bailable al aire libre y bajo el sol.

La entrevista fue pactada vía correo electrónico, y debido a la dificultad a la hora de fijar un encuentro, se envió un cuestionario autoadministrado, que fue respondido exitosamente el día 30 de Noviembre de 2011.

El entrevistado comenta que a pesar de estar inmersos en el conflicto generado por la instalación de la pastera, no han notado cambios negativos, sino por el contrario, la ocupación de parcelas de acampe y la afluencia turística ha ido en aumento.

Con respecto a la promoción, argumenta que debido a éste incremento de visitantes han tenido que detener de alguna manera la promoción, y que han cambiado los métodos, se publicitan a través de redes sociales y mails, debido al tipo de público al que apuntan.

Al igual que el resto de los entrevistados, muestra su preocupación ante el conflicto que aqueja a los residentes de la ciudad, y comenta que desde el establecimiento buscan concientizar a los visitantes desde hace 6 años, entregando folletería alusiva y enseñando el cantico que se ha convertido en un hit en el balneario y parafrasea el grito "No a las papeleras!".

Los seis entrevistados, se muestran preocupados e interesados en la causa y lucha contra la pastera, haciendo hincapié en la necesidad de preservar los recursos de la ciudad, así como también hacen referencia al cuidado del medio ambiente y principalmente de la salud de los residentes de Gualeguaychú.

Muestran su preocupación con respecto a la actividad turística a largo plazo, y concluyen en una misma línea que la misma puede verse afectada si Botnia-UPM no se erradica de la cuenca del Río Uruguay.

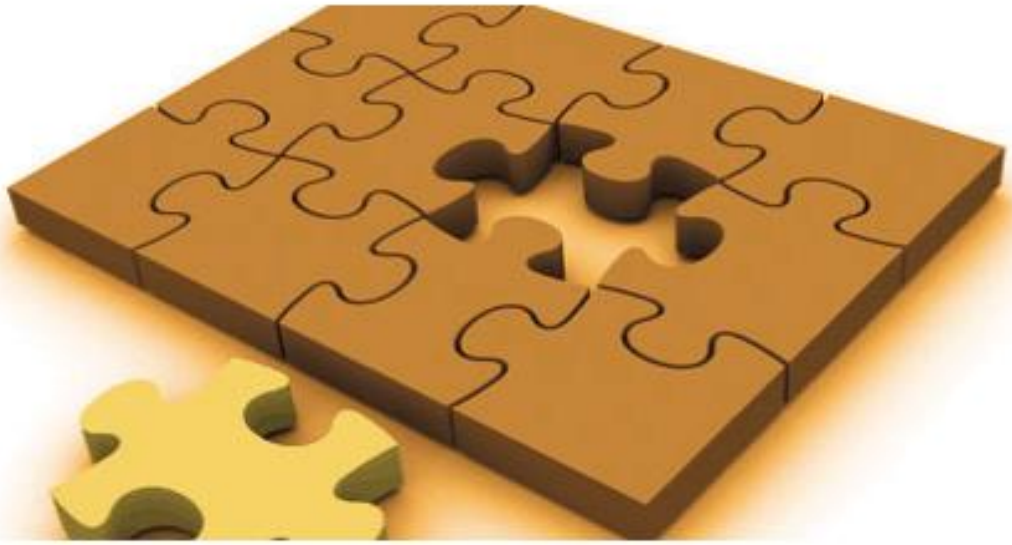
Para culminar, en este último capítulo se trabajó sobre los datos recabados, se ha realizado el análisis pertinente de cada uno de ellos,

haciendo énfasis en diversos ítems que denotaron en algunos casos elocuentes resultados.

En el próximo apartado, se dará lugar a las conclusiones finales del presente, y se observará si la hipótesis planteada en el inicio del trabajo es validada o no.

C

Conclusiones



Conclusiones

Cuando se inició el presente trabajo de investigación, se partió de la hipótesis que indicaba que "*La presencia de Botnia-UPM ha provocado impactos socioculturales negativos en la ciudad de Gualeguaychú, los cuales afectan la relación Turista-Residente generando malestar en los visitantes que buscan disfrutar de la oferta de la ciudad, afectando directamente la elección de Gualeguaychú como destino turístico*".

Para comprobar si la misma era certera o no, se realizó un resumen de los principales conceptos teóricos relacionados a la problemática, como lo son el turismo y sus componentes, relacionándolo con nociones de impactos socioculturales, contaminación y su vínculo con el desarrollo sostenible, todo esto girando en torno a la concepción del mundo capitalista actual.

En cuanto al estudio del caso en sí, se realizó una investigación en base a conocer las acciones de los distintos actores participantes, sus estrategias, herramientas, ideas, valores, motivaciones, su forma de comunicarse y relacionarse con el entorno cambiante sumado al importante peso de la opinión pública.

En el primer capítulo, se introdujo al lector para que éste obtenga una visión más amplia de la problemática a estudiar, dando a conocer las preguntas planteadas de la presente, los objetivos a alcanzar, limitaciones, antecedentes y otros puntos relevantes.

Ya en el segundo capítulo, se dieron a conocer los conceptos teóricos, tal como se mencionó en párrafos anteriores, y es en este apartado donde se especifica la importancia de Gualeguaychú como destino turístico y la relevancia de la actividad para la economía de la ciudad. Este dato no resulta menor, ya que en el trabajo de investigación que se llevó a cabo, se pone de manifiesto el futuro de dicha actividad luego de la instalación de Botnia-UPM en la ciudad oriental de Fray Bentos.

Los conceptos que se han definido en este apartado, han comenzado a marcar el rumbo del presente. La actividad turística siendo uno de los motores primordiales de la economía de la ciudad del sur entrerriano, puede verse afectado por el accionar del mundo capitalista.

La empresa finlandesa, en su afán de generar mayor rentabilidad, elige como lugar para su instalación, una zona donde la fuentes de trabajo son necesarias y ansiadas por todos los habitantes, quizás, sin tener en

cuenta el impacto negativo que esto puede generar en el medio ambiente.

Así mismo, si bien la planta se encuentra ubicada sobre las márgenes de la costa uruguaya, la ciudad de Gualeguaychú encuentra dicha instalación como ilegal, ya que sostienen que la contaminación se hará presente en el medioambiente, surgiendo aquí el ya conocido grito de lucha: **"Si a la vida, No a las papeleras!"**

Todo esto tiene relación directa con el **Turismo,** ya que como establece la OMT, "*el turismo es una actividad altamente vulnerable y toda modificación en el entorno natural, cultural y cambios que se produzcan en la economía, pueden afectar de manera notoria el destino*" [71].

He aquí un punto relevante a la hora de estudiar el caso, donde surge el concepto de desarrollo sostenible, siendo éste aquel que satisface las exigencias del presente sin comprometer la capacidad de las **futuras generaciones**. Aparece aquí un nuevo interrogante ¿Si actualmente el impacto ambiental no se ha hecho presente, que ocurrirá en un futuro no muy lejano?

Si el impacto ambiental se hace notorio en el transcurso del tiempo, éste afectará principalmente la flora y la fauna de la zona, y como resultado nefasto para la economía regional, provocará el deterioro de la actividad turística en torno a los recursos naturales.

"Botnia-UPM jamás tendrá licencia social", estas palabras resuenan en Gualeguaychú, el repudio a la empresa es general, y el movimiento social provocado por dicha controversia es lo que puede afectar al turismo, además de los problemas ambientales.

En el tercer capítulo, se detallaron los aspectos metodológicos del presente. Se describió el tipo de investigación que se llevó a cabo, universo de estudio, unidades de análisis, variables, así como también fuentes y métodos de recolección de datos utilizados.

Ya en el cuarto apartado, se realizó un relevamiento de los diferentes componentes del sistema turístico de la ciudad.

---

[71] Organización Mundial del Turismo (OMT). ***"Introducción al Turismo".***1997.

Aquí se hizo una identificación de los principales atractivos, donde se pudo observar que los más destacados y generadores motivacionales son el Carnaval del país y los balnearios de la zona.

Con respecto a estos últimos, nuevamente se hace hincapié en la importancia de la preservación de los recursos naturales de la región, ya que además de las playas en sí, son diversas las actividades que allí se desarrollan.

Además, entre los componentes relevados en este capítulo, es importante destacar el análisis de la demanda realizado, el cual denotó que a través de los años estudiados (2007 al 2011), no se registró una significativa variación de afluencia turística debido a la problemática que aqueja a los residentes de Gualeguaychú, sino por el contrario, los números van en alza, y han aumentado la cantidad de plazas hoteleras y existencia de bungalows y cabañas. **Todo esto indica que el conflicto social, hasta el momento no influye en la elección de Gualeguaychú como destino de viaje.**

A su vez, se realizó un análisis de la promoción de Gualeguaychú como destino turístico, donde se comprobó que la estrategia de cambio de imagen desarrollada por el Consejo Mixto en el año 2004 aún continua vigente, sin cambios significativos en los lineamientos post instalación de la pastera.

En el quinto capítulo, se hizo referencia al conflicto en sí. Tanto la empresa Botnia-UPM como la A.C.A.G. defienden de manera constante sus ideales e intereses, poniéndolos de manifiesto en la esfera de la opinión pública, y como tratándose de un partido de fútbol, cada uno cosecha adeptos o contrincantes a sus posturas.

Se identificó el rol preponderante que juega la comunicación y la promoción de ideas por parte de unos u otros, así como también el accionar de la A.C.A.G. en defensa de la vida y en contraposición a Botnia-UPM y su idea de capitalismo atroz.

Es loable y destacable la aparición a nivel mundial de un grupo de personas sin banderías políticas, con la mente puesta en un único objetivo, la defensa del medioambiente, y como éstos con un mínimo de apoyo, prácticamente nulo a nivel Estatal y Privado pudieron darse a conocer y lograr que la causa de Gualeguaychú sea reconocida en gran parte del mundo, siendo un ejemplo en lo que refiere a defensa de la vida y la naturaleza, marcando un antes y un después en la lucha de los intereses de las sociedades contra este tipo de empresas.

Y para finalizar, en el último capítulo, se fundamentó todo lo anteriormente expresado, mediante el análisis correspondiente a toda la información recabada. Obteniendo datos relevantes y significativos del mismo.

A través de los resultados de la observación participante en la Marcha Anual al Puente Internacional General San Martín del día 08 de Mayo de 2011, y los obtenidos de las encuestas a residentes de la ciudad, se ha podido constatar el fuerte impacto sociocultural generado a raíz de la instalación de la pastera sobre los ciudadanos de Gualeguaychú.

Es destacable como toda una sociedad en menor o mayor medida apoya la lucha y repudia la instalación de Botnia-UPM. Un dato no menor ha sido que **el 100% de la muestra realizada sobre los residentes dice estar en total desacuerdo con la instalación de la pastera.**

Comparándolo con la sociedad de Fray Bentos, que en algún momento se mostró a favor de la instalación de la planta, ansiando nuevas fuentes de trabajo y empuje social, aquí en la ciudad entrerriana, esto nunca tuvo el peso suficiente como para dejar de lado el futuro ambiental de la zona y del planeta entero.

A su vez, las entrevistas realizadas no han hecho más que acrecentar los resultados anteriormente expuestos, con mayor o menor compromiso, los seis entrevistados han dejado en claro su preocupación por el conflicto que los aqueja, por la preservación del medio ambiente y de los recursos naturales que además son ofrecidos a los reales y potenciales visitantes.

El análisis de encuestas a turistas ha arrojado resultados significativos. Luego de haber obtenido información sobre sus motivaciones, estados de satisfacción en cuanto a los servicios recibidos, entre otros puntos de interés, se ha podido concluir, que al año 2011, a cuatro años de la puesta en marcha de la planta, **el Turismo de Gualeguaychú no se ve afectado por la problemática que transcurre en dicha ciudad.**

Es importante destacar, que al no ser visible la contaminación al día de hoy, el turista sigue eligiendo la ciudad como destino de su viaje, esto sumado a los principales atractivos que generan motivaciones importantes y son determinantes a la hora de decidir visitar la ciudad de Gualeguaychú.

Tal como expresó el Asambleísta entrevistado "*Estamos convencidos que a la larga la contaminación permanente afectará a la actividad, es*

como todo, hasta que no se vean los resultados contundentes (para la opinión pública) seguirá viniendo el turismo" [72].

El análisis realizado, ha establecido además, que la relación turista – residente no se ve afectada por el conflicto, un alto porcentaje de la muestra realizada opina que el residente de la ciudad acciona en forma concientizadora y luchadora no agresiva, intentando brindar lo mejor de sí a los visitantes y dejando de lado el malestar social provocado por la instalación de la pastera.

Los resultados de las encuestas a residentes también han confirmado que la relación entre éstos y los visitantes no se ve afectada por el conflicto en sí, un alto porcentaje de la muestra opina que el turista muestra adhesión a la lucha, y tal como afirmaba el Asambleísta entrevistado, muchas veces la causa resulta simpática, aunque detrás de la misma se ubique un futuro incierto, y una alta preocupación por la naturaleza.

Es evidente que al haberse levantado el corte de ruta, y al no perjudicar el libre tránsito de las personas, el impacto sociocultural ha disminuido, ya que es importante tener en cuenta que al ser el turismo uno de los principales motores de la economía de la ciudad, el cuidado de la real y potencial demanda aquí es fundamental.

Otro dato trascendente a tener en cuenta, es que dentro del análisis realizado, no se ha contemplado a la "potencial demanda", siendo en el presente trabajo objeto de estudio la demanda real de la ciudad.

Al aclarar esto, se genera un nuevo interrogante que involucra nuevamente a la ciudad de Gualeguaychú, a su actividad turística y a los impactos generados por la instalación de la pastera.

Tal como hizo referencia Gloria Chesini, el conflicto de las pasteras afectó por el impacto de las noticias en los medios, ya que la información confusa ha sido determinante para que en varias ocasiones algunas personas decidieran no viajar a Gualeguaychú. La entrevistada cita como ejemplo el corte del Puente General San Martin, afirmando que en su momento, algunos medios de comunicación sostenían que el Puente que se encontraba cortado era el de Zarate Brazo Largo, generando confusión en los potenciales visitantes.

---

[72] Asambleísta Anónimo, Entrevista personal. Realizada por el autor, Buenos Aires, 08 de Junio de 2011.

En los resultados obtenidos de las encuestas, también se puede observar el impacto negativo provocado por la información real y también a veces distorsionada de los medios de comunicación. De todas formas, tal como se expresó en párrafos anteriores, este análisis correspondería a un nuevo trabajo de investigación.

Por lo tanto, luego de manifestar las conclusiones que se fueron obteniendo de los diversos análisis en los datos recolectados, se puede determinar que la hipótesis planteada ha sido refutada, debido a que a pesar de existir impactos socioculturales en los residentes de la ciudad a partir de la instalación de la planta de celulosa Botnia-UPM, los mismos no han sido trasladados a los turistas que visitan la ciudad.

Aquí, todos los actores involucrados juegan un rol primordial a la hora de mantener en pie la actividad turística y lograr que la misma continúe en crecimiento y expansión.

La lucha contra la pastera sigue y seguirá adelante, por el futuro del medioambiente y de todos los seres vivos. Como se ha hecho referencia anteriormente, mientras la contaminación no se haga visible y la opinión pública no altere la realidad ni se muestre en contra de los ciudadanos que buscan una vida mejor, el turismo de Gualeguaychú continuará activo, pero es fundamental para que el mismo perdure, no solo plantear un desarrollo sustentable de la actividad, sino además, evitar cualquier tipo de accionar que pueda afectarlo, o perturbar a los turistas durante su estadía en la ciudad.

Solo después de que el último árbol sea cortado…

Solo después de que el último río sea envenenado…

Solo después de que el último pez sea apresado…

Solo entonces sabrás que, el dinero no se puede comer.

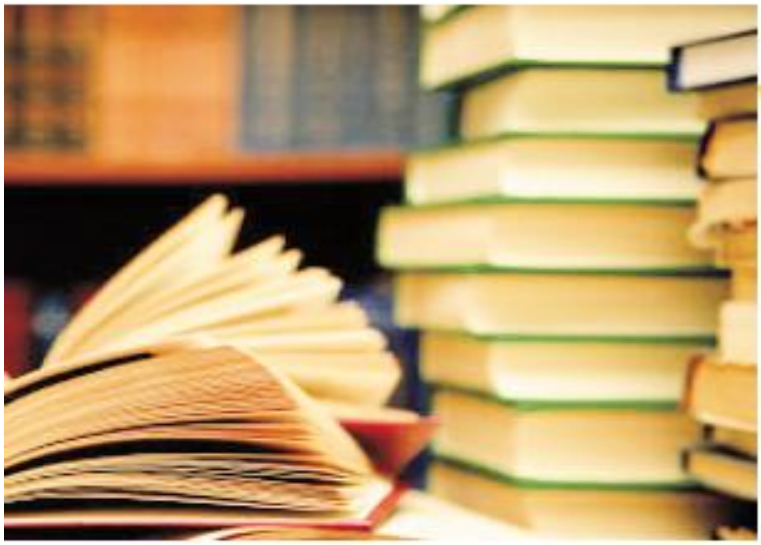
(Profecía indígena)

María Eugenia Oyarbide Corvalán

Diciembre de 2011.

RB

Referencias Bibliográficas



Bibliografía

ACERENZA, Miguel Ángel, *Administración del Turismo,* México, Editorial Trillas, 1991.

ANDER EGG, Ezequiel, *Guía para preparar monografías*, España, Lumen, 1997.

ANDER EGG, Ezequiel, *Técnicas de la investigación social*, Buenos Aires, Lumen, 24 ED., 1995.

BELTRAMI, Carolina R., *La contaminación, el equilibrio en peligro,* Buenos Aires, Editorial Longseller, 2001.

BOULLON, Roberto, *Las Actividades Turísticas y Recreacionales,* México, Editorial Trillas, 1983.

BOULLON, Roberto, *Los Municipios Turísticos,* México, Editorial Trillas, 1990.

BOULLON, Roberto*, Planificación del espacio turístico,* Editorial Trillas, Mayo 1986.

CARDENAS TABARES, Fabio, *Comercialización del Turismo: Determinación de análisis de mercados,* México, Editorial Trillas, 1997.

CARDENAS TABARES, Fabio, *Proyectos Turísticos,* México, Editorial Trillas, 1996.

CEBALLOS LASCURIAN, Héctor, Ecoturismo*, Naturaleza y Desarrollo sostenible*, México, Editorial Diana, 1998.

DURNING, A, *¿Cuándo diremos basta?,* Buenos Aires, Editorial Planeta, 1994.

EHRLICH, P, EHRLICH, A, *La explosión demográfica,* Barcelona, Editorial Salvat, 1993.

GORE, Albert*, La Tierra en Juego,* Buenos Aires, Editorial Emecé, 1993.

JIMENEZ GUZMAN, Luis, *Teoría Turística, un enfoque integral del hecho social,* Bogotá, Universidad Externado, 1990.

JIMENEZ HERRERO, Luis, *Desarrollo Sostenible: Transición hacia la coevolución global,* Madrid, Editorial Pirámide, 2000.

LOPEZ ECHAGUE, Hernán, *Crónica del ocaso,* Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, 2007.

MAZON, Tomás, *Sociología del Turismo*, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramos Aceres S.A., 2001.

MOLINA, Sergio, *Conceptualización del Turismo,* México, Editorial Limusa, Mayo 1989.

MOLINA, Sergio, *Turismo y Ecología,* México, Editorial Trillas, 1986.

MOLINA, Sergio, *Turismo: Metodología para su planificación,* México, Editorial Trillas, 1997.

OMT, Organización Mundial del Turismo, *Introducción al Turismo,* 1997.

REGNASCO, María J., *La Sociedad de Consumo – Para comprender la problemática del Mundo Actual,* Buenos Aires, Editorial Imago Mundi, 2008.

REY LENNON, Federico y PISCITELLI MURPHY, Alejandro, *Pequeño manual de encuestas de opinión pública,* Editorial La Crujía, Buenos Aires 2004.

SABINO, Carlos, *El Proceso de Investigación,* Caracas, Editorial Panapo, 1992.

SAMPIERI HERNANDEZ, Roberto, *Metodología de la Investigación,* México, Editorial Mc Graw – Hill Interamericana, 2006.

Turismo, Hotelería y Restaurantes, Barcelona, Editorial Lexus, Edición 2007.

VIEYTES, Rut, *Metodología de la investigación en organizaciones, mercados y sociedad - El proceso de la investigación*, Buenos Aires, Editorial de las Ciencias, 2004.

Revistas Utilizadas

ESPACIO BOTNIA, nº 50, Uruguay, 31 de octubre del 2003.

ESPACIO BOTNIA, n° 2, Uruguay, [s.e.], junio del 2005 (?).

ESPACIO BOTNIA, n° 3, Uruguay, [s.e.], noviembre del 2005.

ESPACIO BOTNIA, n° 4, Uruguay, [s.e.], mayo del 2006.

ESPACIO BOTNIA, n° 5, Uruguay, [s.e.], diciembre del 2006.

ESPACIO BOTNIA, n° 6, Uruguay, [s.e.], marzo del 2007.

ESPACIO BOTNIA, n° 7, Uruguay, [s.e.], julio del 2007.

ESPACIO BOTNIA, n° 8, Uruguay, [s.e.], octubre del 2007.

SOL Y LUNA, nº 88, Uruguay, agosto del 2005.

Sitios Web Consultados

www.gualeguaychuturismo.com
Sitio web oficial del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo.

www.gualeguaychu.gov.ar
Sitio web oficial de la Municipalidad de Gualeguaychú.

www.unatierradiferente.com
Sitio web oficial de Turismo de Entre Ríos.

www.turismoentrerios.com
Sitio web de Turismo en Entre Ríos.

www.gualeguaychu.info
Sitio web de turismo en Gualeguaychú.

www.veniteaentrerios.com
Sitio web de turismo en Entre Ríos.

www.gyhgualeguaychu.com
Sitio web de la Asociación Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú.

www.nandubaysal.com
Sitio web del Balneario Ñandubaysal (Gualeguaychú, Entre Ríos)

www.welcomeuruguay.com
Sitio web de turismo en Uruguay (República Oriental del Uruguay)

www.rionegro.gub.uy
Sitio web Gobierno departamental de Río Negro (República Oriental del Uruguay)

www.diarioelargentino.com
Sitio web del Diario El Argentino, (Gualeguaychú Entre Ríos).

www.nuevodiarioeldia.com.ar
Sitio web del Diario El Día, (Gualeguaychú Entre Ríos).

www.noalapapelera.com.ar
Sitio web oficial de la Asamblea Ciudadana Ambiental Gualeguaychú.

www.elojodelarazon.blogspot.com
Blog con contenido medioambiental, ecológico y político.

www.botniauruguay.com.uy
Sitio web oficial de Botnia en Uruguay (actualmente fuera de servicio).

www.greenpeace.org
Sitio web de la ONG Greenpeace.

www.hedicho.com.ar
Sitio web independiente en contra de la instalación de Botnia.

www.diarioperfil.com
Sitio web del diario argentino Perfil.

www.cronica.com.ar
Sitio web del diario argentino Crónica.

www.clarin.com
Sitio web del diario argentino Clarín.

www.lanacion.com.ar
Sitio web del diario argentino La Nación.

www.infobae.com
Sitio web del diario argentino Infobae.

www.pagina12.com.ar
Sitio web del diario argentino Página 12.

www.lafraybentina.com.uy
Sitio web en formato de blog de Fray Bentos, Uruguay.

www.elpais.com.uy
Sitio web del diario uruguayo El País.

www.larepublica.com.uy
Sitio web del diario uruguayo La República.

www.maximaonline.com.ar
Sitio web de la emisora radial Máxima de Gualeguaychú, Entre Ríos.

www.derionegro.com.uy
Sitio web oficial de la intendencia de Rio Negro, Uruguay.

www.upmuruguay.com.uy
Sitio web de UPM en Uruguay

www.ence.es
Sitio web de la empresa Ence.

www.cicyttp.org.ar
Sitio web del centro de investigaciones científicas y transferencia de tecnología a la producción del Conicet.

www.rae.es
Sitio web de la Real Academia Española.

www.lavoz.com.ar
Sitio web del diario La Voz del Interior, Córdoba.

www.infolibres.com
Sitio web de información general de Paso de los Libres, Corrientes.

www.censo2010.indec.gov.ar
Sitio del Censo 2010, Argentina.

www.pablobianchinonoticias5.blogspot.com
Blog de noticias e información general.

www.bbc.co.uk
Sitio web de la BBC.

www.letras-uruguay.espaciolatino.com
Sitio web con información general.

www.fraybentos.com.uy
Sitio web con información sobre Fray Bentos, ROU.

www.3vectores.com
Sitio web de Empresa de Diseño Gráfico.

A

Anexos

Institución: Asamblea Ciudadana Ambiental de Gualeguaychú (A.C.A.G.)

Entrevistado: Asambleísta Anónimo*

Fecha de entrevista: 08 de Junio de 2011

Modo: Personal.

Desarrollo de la entrevista:

E.O: Siendo el Turismo uno de los motores principales de la economía de la ciudad de Gualeguaychú, ¿Piensa usted como integrante de la Asamblea que a largo plazo, la instalación de la pastera podría afectar a dicho sector? ¿De qué manera?

A: Estamos convencidos que a la larga la contaminación permanente lo afectará, es como todo, hasta que no se vean los resultados contundentes (para la opinión pública) seguirá viniendo el turismo, aunque para nosotros son esos valores importantes y demuestran el daño que están haciendo, además no debemos olvidar al Ñandubaysal y su juicio por la afectación de Botnia-UPM, pero en lo personal, más allá del turismo, nos preocupa la gente, que es la que respira Botnia todo el año.

E.O: ¿Cuenta la Asamblea ciudadana con algún plan para concientizar al turista que visita la ciudad? ¿En qué consiste dicho plan?

A: La Asamblea casi no tiene recursos, lo que hacemos es lo que podemos, no somos el Gobierno que los tiene todos.
Durante el espectáculo de Carnaval repartimos folletos a lo largo de la pasarela, y desfila un grupo de jóvenes pertenecientes a la Asamblea Juvenil Ambiental, además, hacemos la marcha de los turistas anualmente en la costanera, espectáculos los domingos, panfleteadas varias, etc.
El Ñandubaysal un día nos da su recaudación, cuando esto ocurre, lo aprovechamos para concientizar, pero sin apoyo importante tenemos poca llegada. Sumado a esto que la prensa nacional tiene decisión tomada sobre la pastera y no es la nuestra precisamente.
Plan no hay, lo que hay son acciones que se hacen por ser votadas por la Asamblea, podríamos decir que el único plan es que se vaya Botnia de la cuenca del Río Uruguay.

E.O: En líneas generales, ¿Cómo nota la respuesta del visitante ante las acciones tomadas por la Asamblea?

A: En las acciones que hemos intervenido, notamos adhesión, simpatía, en todas las acciones menos en el corte de ruta, que nos insultan. Pero como fuimos noticia en el mundo, la causa es simpática para verla, aunque no vean el desastre ambiental que es el país, no solo hablando de la pastera, sino también del Riachuelo, las minas, etc.

E.O: ¿Cuentan con el apoyo del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo a la hora de emprender algún tipo de acción sobre los visitantes que llegan a la ciudad? ¿Han trabajado en forma mancomunada en algún proyecto?

A: En lo personal desconozco, creería que ningún proyecto mancomunado, posiblemente en algún folleto se nombre nuestra lucha, pero no mucho más.
Como te comentaba anteriormente la causa resulta simpática a la gente, pero para este gobierno hemos dejado de ser simpáticos…

Muchas Gracias.

(*) No se hace referencia a la identidad del Asambleísta entrevistado por decisión propia del autor.

Institución: Asociación Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú

Entrevistado: Gloria Chesini

Cargo: Presidente

Fecha de entrevista: 11 de Julio de 2011

Modo: Correo electrónico.

Desarrollo de la entrevista:

E.O: ¿Qué cargo ocupa actualmente en la Asociación Hoteleros y Gastronómicos de Gualeguaychú? ¿Qué es y cuáles son los propósitos y objetivos de dicha asociación?

G.C: Actualmente en la Asociación Hotelera Gastronómica de Gualeguaychú ocupo el cargo de Presidente (siendo ya el tercer periodo consecutivo, los cuales son de dos años).
Los propósitos y objetivos son: Representar y defender los intereses del sector, mantener la mayor vinculación y cooperación con las empresas afiliadas, fomentando su nucleamiento y desarrollo. Estudiar los convenios laborales, e intervenir procurando la unificación de las normas y condiciones de trabajo.
Promover la capacitación del sector para mejorar la calidad en el servicio, realizamos cursos gratuitos para nuestros socios derivados de nuestra entidad madre FEHGRA (además tenemos convenios con facultades, como bromatología, Escuela Técnica y U.A.D.E.R.) y también contamos con siete capacitadores locales.

E.O: Estoy al tanto que una de las partes intervinientes del Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo son el sector Gastronómico y el hotelero entre otros ¿Son ustedes quienes lo integran o realizan sus actividades en forma independiente?

G.C: La Asociación es uno de los miembros del Consejo Mixto. Realizamos actividades individuales, pero también en conjunto (las cuales resultan muy interesantes), como la última que fue una gran pegatina en Buenos Aires, salimos en el canal Tele Magazine, revistas, diarios, repartimos folletos y otras actividades más, todo al mismo tiempo durante una semana para

vender vacaciones de invierno. Eso en cuanto promociones, pero también realizamos otros eventos en conjunto.

E.O: Analizando los datos brindados por el Consejo Mixto, observo que desde el año 2007 a la actualidad hubo un alto incremento de plazas hoteleras y especialmente extra hoteleras, desde la Asociación ¿Saben a qué puede deberse este incremento? ¿Han registrado nuevas inversiones hoteleras y extra hoteleras que respalden estas cifras en aumento del año 2007 a la actualidad?

G.C: Los hoteles crecieron, hay muchos que fueron agregando habitaciones y plazas, pero también hay muchas Cabañas y Bungalows nuevos. Se fomentó el turismo interno y personalmente creo que este incremento se debe a la devaluación.

E.O: Siendo el conflicto de la pastera Botnia-UPM de público conocimiento, y teniendo en cuenta su posible impacto sobre el turismo ¿Trabajan en conjunto con la A.C.A.G a la hora de concientizar al turista que visita la ciudad y utiliza los servicios brindados por hoteleros y gastronómicos?

G.C: No, no trabajamos en conjunto con la A.C.A.G., pero hay socios que la integran.

E.O: ¿Cree que el conflicto de la pastera puede afectar al turismo de Gualeguaychú?

G.C: Si, puede afectar, y es más, algo afectó, por el impacto de las noticias en los medios, por el impacto visual (ya que desde una de nuestras mejores playas se ve bien clara la construcción de la pastera Botnia-UPM).
La información confusa de algunos medios nos ha afectado, cuando el Puente General San Martín que nos une a Uruguay estaba cortado, muchos turistas creían que era el Puente Zarate Brazo Largo, y por lo tanto, no viajaban a Gualeguaychú.

Muchas gracias.

Institución: Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo

Entrevistado: Analía Romani

Cargo: Presidente – Subsecretaría de Turismo de la ciudad.

Fecha de entrevista: 25 de julio de 2011

Modo: Correo electrónico.

Desarrollo de la entrevista:

E.O: ¿Qué es el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo? ¿Por quienes está integrado? ¿Qué cargo ocupa usted en el mismo? ¿Cuáles son los objetivos que intentan alcanzar?

A.R: El Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo está integrado por representantes del sector público y del sector privado, estos últimos representantes son: artesanías, playas, hotelería y gastronomía, actividades recreativas, entre otras.
El cargo ocupado por mi es el de Presidente de dicho Consejo. Los objetivos que busca alcanzar este Consejo es fijar las políticas turísticas de la ciudad.

E.O: A la hora de conocer la demanda real de la ciudad, ¿Qué herramientas utilizan para contabilizar el ingreso de turistas?

A.R: Para contabilizar el ingreso de turistas, sobre todo en temporada estival se realiza un operativo que llamamos "Operativo Bienvenida", donde un grupo de informantes de Turismo y de Transito municipal contabilizan la entrada de turistas a nuestra ciudad.

E.O: ¿Han registrado alguna variación (aumento o disminución) respecto a la cantidad de visitantes que llegan a la ciudad, luego de la puesta en marcha de la planta en Noviembre del año 2007?

A.R: En cuanto a la variación de visitantes, disminuyeron en su momento los turistas provenientes de Uruguay, desde turismo tuvimos que reforzar la

política comunicacional, para fortalecer la promoción y la llegada de los mismos.

E.O: Siendo el conflicto de la pastera Botnia-UPM de público conocimiento, teniendo en cuenta la gran cantidad de recursos naturales que posee la ciudad, y la relación que esto conlleva de manera directa con el tema ambiental, ¿cuál es la idea central a la hora de promocionar la ciudad por parte del Consejo?

A.R: Es la defensa del medioambiente lo que prima en nuestra ciudad, desde el Consejo Mixto siempre hemos promocionado que nuestros productos giran alrededor del recurso natural (playas, parque, ríos, flora y fauna, etc.)

E.O:¿Han tenido que reelaborar la estrategia de promoción de la ciudad a partir de que el conflicto con Botnia-UPM se instaló fuertemente en la opinión pública?

A.R: Si, lo que hicimos fue reprogramar las acciones y mostrar que Gualeguaychú es defensora del Medio Ambiente y no es una ciudad piquetera que simplemente corta una ruta. El reclamo va mucho más allá de esto, es la fuerte convicción de un pueblo que quiere vivir un ambiente sano.

E.O: ¿Cuáles han sido esas acciones? ¿Cuál es el plan utilizado para promover el turismo?

A.R: Siempre tuvimos la misma línea de promoción, trabajamos en base a un plan. Además de darle prioridad a todos nuestros atractivos naturales, como el río, así como también la importancia del Carnaval, promocionamos la cuestión cultural e histórica, de hecho armamos un nuevo circuito patrimonial religioso muy interesante.
El teatro es otra gran opción, no solo por las obras que están en cartelera, sino por lo maravilloso de lo arquitectónico, nuestro teatro es Monumento Histórico Nacional.
En cuanto a la promoción, tenemos muchas pautas en diarios de tiradas nacionales y medios del interior también, además hacemos acciones promocionales en diferentes lugares como Córdoba, Rosario, Buenos Aires, Puerto de Frutos en Tigre, Mar del Plata, entre otros destinos que según nuestras encuestas son los principales emisores de turistas hacia nuestra ciudad.

E.O: ¿Cree que el conflicto de la pastera puede afectar al turismo de Gualeguaychú? En caso de una respuesta afirmativa, ¿De qué manera?

A.R: Con el tiempo, si la pastera no se erradica de la cuenca del Río Uruguay puede ocasionar problemas debido a que influiría directamente sobre la flora y la fauna de nuestra zona, dado el alto grado de contaminación que este tipo de empresas genera.

Muchas gracias.

Institución: Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo

Entrevistado: Fabián Godoy

Cargo: Encargado de Eventos y Promoción

Fecha de entrevista: 28 de Noviembre de 2011

Modo: Personal

Desarrollo de la entrevista:

E.O: ¿Qué cargo ocupa actualmente en el Consejo Mixto Gualeguaychú Turismo y desde que año?

F.G: Soy el encargado de eventos y promoción. Excepto del año 2007 al 2008 que no estuve, trabajo en esta área desde el año 2001 aproximadamente.

E.O: Siendo el conflicto de la pastera Botnia-UPM de público conocimiento, desde su instalación ¿Han tenido que reelaborar la estrategia de promoción de la ciudad?

F.G: No, se siguió posicionando la Marca Gualeguaychú, sin tocar temas que tengan que ver netamente con Botnia. Se siguió posicionando los atractivos y los productos más fuertes que tiene Gualeguaychú, como lo son el Carnaval y las Playas en verano y dándole mayor posicionamiento a lo que es Producto Termas, Naturaleza, Producto Cultural…

E.O: Con respecto a la oferta cultural, ¿Es posible que sea un producto que están intentando resurgir?

F.G: Si, Gualeguaychú ha tenido en los últimos años un auge en lo todo lo que refiere a oferta cultural, que se terminó acentuando mucho más en los últimos meses con la reapertura del Teatro, que es Monumento Histórico Nacional. Están llegando obras muy importantes, de jueves a domingo tenemos funciones, además han nacido pequeños nuevos teatros, hay varias compañías que tienen funciones, además la parte Museos, tenemos circuitos nuevos, por ejemplo un circuito religioso muy interesante. Todo lo que tenga que ver con la oferta cultural ha crecido muchísimo, así como también estamos trabajando con el turismo de convenciones, están

llegando importantes congresos o jornadas. Esto es muy nuevo, se está trabajando desde los últimos meses.

E.O: ¿Cuáles son los lineamientos básicos sobre los cuales se apoya la estrategia promocional de Gualeguaychú como destino turístico? ¿A qué apuntan?

F.G: Apuntamos a promocionar un Gualeguaychú turístico durante los 365 días del año, con los productos que mencionaba anteriormente, los productos de verano "Carnaval y Playas", pero fundamentalmente el resto del año Gualeguaychú es naturaleza, entretenimientos, cultura, turismo rural, termas. A esto apuntamos, turismo todo el año.
Hay una diferencia importante respecto a la temporada alta y baja. Recibimos alrededor de 400.000 turistas solo en verano, mientras que el resto del año recibimos entre 100.000 y 120.000, es una diferencia importante, por eso, lo que nosotros apuntamos con estos productos que no son solo de verano a trabajarlo y posicionarlo para tener un buen número durante todo el año.

E.O: ¿De qué manera promocionan los productos que no son de temporada estival?

F.G**:** Las estrategias comunicacionales son a través de la Empresa "Baires Comunicaciones", que trae periodistas durante todo el año. Hemos tenido en los últimos meses periodistas de los diarios Muy, Tiempo Argentino, Ámbito Financiero, Clarín, Perfil, La Razón, Revistas El Federal, El Guardián, Noticias, Ladevi, y en los próximos días saldrán notas en Clarín, La Prensa, Pagina Doce, Cielo Argentino, que es la revista de Aerolíneas Argentinas y Miradas de Cablevisión.
Traemos a estos periodistas a Gualeguaychú para mostrar los distintos atractivos y actividades de la ciudad, para así luego darnos a conocer en notas. Además, hemos tenido publicidad en Clarín, Revista Caras, Noticias, Weekend, ha venido Canal 7, TN y Canal 26. Todo esto por los productos fuera de temporada, separado del Carnaval, ya que la Comisión de Carnaval se encarga de su propia promoción, reforzándola desde el Consejo Mixto.
También tenemos presencia en distintos workshops y ferias de turismo, en la FIT vamos con stand propio, workshops de Ladevi, y distintos eventos de turismo donde tenemos presencia, muchas veces de Buenos Aires y también de Rosario y Córdoba, que son los principales emisores de turistas a Gualeguaychú.

E.O: ¿Cómo son los resultados de la promoción hasta el momento?

F.G: Positivos, los resultados son muy buenos, lo vemos claro en lo que son fines de semana común y fines de semana largo, que estamos teniendo una ocupación muy alta.

E.O: Anteriormente comentabas que reciben alrededor de 100.000 y 120.000 turistas fuera de la temporada estival, ¿Cómo eran esos números hace unos años atrás?

F.G**:** Y, era un porcentaje más o menos similar, es como una meseta, lo que sí puedo decir es que están viniendo por mayor cantidad de días, antes venían únicamente por el sábado, pero los fines de semana largo que han surgido este año, que son muchos, nos han favorecido, ha hecho que los turistas vengan por mayor cantidad de días, se extendió la estadía.

E.O: Retomando el tema del conflicto con Botnia, y teniendo en cuenta que algunos de los principales atractivos de la zona son los naturales, ¿Cómo ha influido la instalación de la pastera a la hora de promocionar la ciudad?

F.G: Yo creo que la gente de Gualeguaychú tiene conciencia que Botnia es peligrosa y que a largo plazo va a producir contaminación en el Río Uruguay, por eso se pelea por la erradicación de este tipo de pastera, no la queremos acá en la cuenca del Río Uruguay. Por ahora no ha influido en la cantidad de llegada de turistas a Gualeguaychú, pero creemos que si no se soluciona, a largo plazo si puede afectar.

E.O: ¿Han realizado alguna acción de promoción en conjunto con la Asamblea Ciudadana de Gualeguaychú?

F.G: En los últimos años no, pero al inicio del conflicto se acompaño a la A.C.A.G. desde Turismo, sobre todo en la gestión de Sebastián Bel.
Cuando se hacía el operativo de Bienvenida, además de entregar a los turistas la información de la ciudad, se le entregaban panfletos explicando porque decimos No a Botnia, en los stands de las ferias de turismo de los primeros años de conflicto mostrábamos los carteles de No a las Papeleras y también se entregaba folletería alusiva. Fue más fuerte en los primeros años, ahora está más tranquilo. El conflicto sigue, la idea es que Botnia se vaya, pero por el momento desde turismo está tranquilo.
Yo creo que los motivos van a ser a largo plazo, si el impacto ambiental empieza a verse en el río, estamos complicados...

E.O: Por último, ¿Cómo ves el futuro de la actividad turística con el conflicto todavía latente?

F.G: Problemático, sobre todo en el producto playa…

Muchas gracias.

Entrevistado: Anónimo*

Cargo: Empleado del Balneario/Camping Ñandubaysal

Fecha de entrevista: 28 de Noviembre de 2011

Modo: Personal

Desarrollo de la entrevista:

E.O: ¿Qué cargo ocupa y desde que año?

A: Vivo en Ñandubaysal desde chico, me encargo del sector turístico del balneario desde hace unos treinta y pico de años…

E.O: A partir de la instalación de la pastera, ¿Han registrado cambios en el balneario? (cambios de cualquier índole)

A: Con respecto a la visita al balneario no hubo fuertes cambios, pero en el camping sí.
Quizá como curiosidad la gente viene a ver qué es lo que hay enfrente…pero no se queda a acampar. Yo creo que la gente que tiene idea lo que es Botnia directamente no viene…
Esto es negativo, igualmente el impacto va a ser a largo plazo, pero nosotros que vivimos acá podemos decir que nos perjudica, y depende mucho de las condiciones del clima, porque los olores a veces se quedan estancados acá.
En cuanto a lo visual somos los principales damnificados, y tenemos miedo por el río.

E.O: Y con respecto al río, ¿Han notado algún cambio?

A: Nosotros no somos científicos, y ellos se manejan de una forma muy cerrada. No sabemos qué pasa, científicamente hablando…no nos dicen nada…

E.O: ¿Han iniciado acciones legales contra la Empresa Finlandesa luego que comenzó conflicto?

A: Nosotros tenemos un juicio con Botnia, pero no puedo hablar de ese tema…

E.O: Retomando nuevamente el tema de los cambios registrados en los últimos tiempos, ¿Han puesto en marcha medidas de acción para contrarrestarlos de alguna manera?

A: Estamos promocionando el balneario continuamente, incluso bajamos un poquito los precios, o sea, no vamos al ritmo de lo que aumentan los demás balnearios.
El carnaval es nuestro fuerte, pero entre semana la ocupación disminuye bastante. No es como antes que en la semana teníamos 1000 carpas, ahora tenemos 200 o 300 carpas, ese es el problema que tenemos, rinde más que llevemos un ritmo parejo y no tener picos altísimos durante una sola noche que no te alcanza nada y después entre semana te sobra todo.
Es lo que está pasando últimamente, no sabemos bien cuál es el problema, si es por un problema económico de la gente, que no tiene para quedarse mucho tiempo o si estamos cerca de grandes urbes que solo nos usan para hacer escapadas. No me explico bien que es lo que hace que la gente no acampe entre semana.

E.O: ¿Cuál es la reacción del visitante al ver por primera vez la pastera desde el balneario?

A: Impacta muchísimo, no pueden creer que hagan semejante cosa. Se preguntan cómo pueden haber hecho un polo industrial sobre algo natural, sobre un lugar tan lindo como el río.

E.O: Y con respecto al conflicto social generado por Botnia, ¿Cómo observan la reacción del turista? ¿Se muestra a favor de la lucha o en contra?

A: A favor. La gente se juega por las marchas, cuando se hacen vienen de todos lados, van multitudes de todo el país al puente.

E.O: ¿Trabajan en conjunto con la Asamblea Ciudadana de Gualeguaychú para concientizar al turista?

A: Si, somos parte de la Asamblea. Todos los años desde que comenzó la lucha, entregamos la recaudación completa del día de apertura de temporada a la A.C.A.G. para colaborar con algunos gastos.

E.O: ¿Cómo imagina el futuro del balneario y de la actividad turística de Gualeguaychú?

A: No me lo quiero imaginar, ojala Botnia se vaya pronto…

Muchas Gracias.

(*) No se hace referencia a la identidad del entrevistado por decisión propia del autor.

Entrevistado: Fabricio Elgue

Cargo: Administrador del Balneario/Camping Solar del Este

Fecha de entrevista: 30 de Noviembre de 2011

Modo: Correo Electrónico.

Desarrollo de la entrevista:

E.O: ¿Desde qué año se encarga de la administración del balneario/camping Solar del Este?

F.E: Estoy como administrador desde el año 1999.

E.O: Siendo el conflicto con Botnia de público conocimiento, desde su instalación ¿Han notado cambios en cuanto al ingreso de turistas al balneario/camping?

F.E: Particularmente en nuestro complejo, la cantidad de turistas ha ido en aumento. Hemos incrementado los servicios (mas parcelas para camping, y más sanitarios) para responder a este aumento.

E.O: ¿Han tenido que reforzar o reelaborar estrategias de promoción para atraer mayor cantidad de visitantes luego de la instalación de Botnia?

F.E: En nuestro caso ha sido al revés, hemos dejado de hacer algunas publicidades, por la gran afluencia que hemos tenido estos años. Lo que si se ha cambiado es la forma de atraerlos, empleando otros sistemas como las redes sociales, cadenas de mails, etc.

E.O: ¿Han trabajado en alguna ocasión en forma mancomunada con la Asamblea Ciudadana, para concientizar al turista sobre la problemática que aqueja a los residentes de Gualeguaychú?

F.E: Hemos colaborado con la lucha de la asamblea, mediante colocación de carteles en el predio rechazando las pasteras, se han hecho campañas de concientización con los acampantes a través de la entrega de folletos. Hace 6 años que cuando se vende la entrada en la playa, en la misma reza una leyenda que dice "No a las papeleras". Y en el escenario, los

chicos que animan tienen un cántico muy usado en esta zona que dice: "No…a las papeeeeleras…!".

E.O: ¿Piensa usted que el conflicto social generado por la instalación de la pastera afecta o puede afectar a la actividad turística de Gualeguaychú?

F.E: Creo que al visitante o a los emprendimientos de la ciudad no nos afecta por ahora. No es tanto el problema social, sino el ambiental, a los habitantes sí los ha afectado, ha habido en la planta varios accidentes, mas el efecto contaminante que produce en el aire y agua han perjudicado a los ciudadanos.

Muchas Gracias.