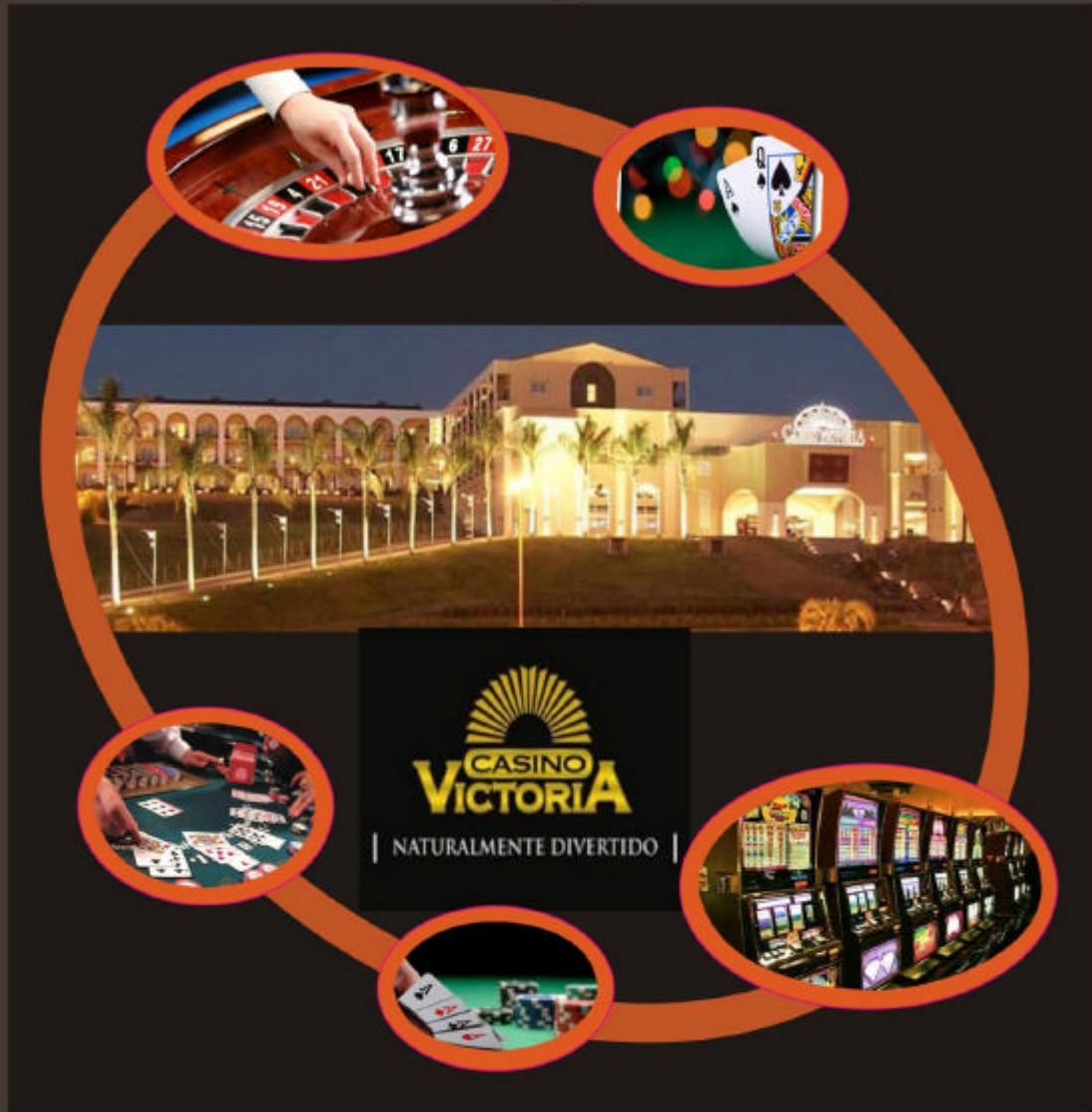


Ludo turismo

Relación existente entre hoteles casino y el incremento del flujo turístico en las ciudades

caso de estudio: Victoria - Entre Ríos - Argentina



Universidad Abierta Interamericana

Facultad: Turismo y Hospitalidad

Carrera: Licenciatura en Hotelería

Alumna: Romio María José

Legajo: 3711

Título a obtener: Licenciada en Hotelería

Buenos Aires , Octubre , 2012

Agradecimientos

A Alejandro, mi compañero, por su apoyo incondicional y su infinita paciencia a lo largo de este camino.

A "Lore" y "Neta", mis amigas de "la facu", por estar siempre presentes.

A los "profes" Ana Escobedo y Marcelo Salinas por el tiempo y la dedicación con que explicaron y respondieron a cada una de mis consultas.

A Esmeralda

INDICE

| | Página |
|---|---------------|
| Parte I Aspectos Introdutorios de la investigación | 6 |
| Capítulo 1 | 7 |
| 1. Aspectos Introdutorios | 7 |
| 1.1 Introducción | 7 |
| 1.2 Tema de estudio | 8 |
| 1.3 Propósito de la investigación | 8 |
| 1.4 Justificación | 10 |
| 1.5 Problemática | 11 |
| 1.5.1 Problemática principal | 11 |
| 1.5.2 Problemática secundaria | 11 |
| 1.6 Objetivos de la investigación | 12 |
| 1.6.1 Objetivos Generales | 12 |
| 1.6.2 Objetivos Específicos | 12 |
| 1.7 Hipótesis | 13 |
| 1.8 Antecedentes | 13 |
| 1.9 Marco Teórico Conceptual | 18 |
| | |
| Capítulo 2 | 43 |
| 2. Aspectos Metodológicos | 43 |
| 2.1 Universo de estudio - unidad de análisis y variables | 43 |
| 2.2 Fuentes primarias y secundarias | 45 |
| 2.3 Técnicas de abordaje de la información | 46 |
| 2.4 Modelos de instrumentos de recolección de datos | 48 |

| | Página |
|---|---------------|
| Parte II Desarrollo de la investigación | 55 |
| Capítulo 3 | 56 |
| 3. Marco Referencial de la ciudad de Victoria | 56 |
| 3.1 Reseña Histórica | 67 |
| 3.2 Relevamiento y análisis del sistema turístico de la ciudad de Victoria | 69 |
| 3.2.1 Atractivos | 70 |
| 3.2.2 Análisis de atractivos | 85 |
| 3.2.3 Relevamiento y análisis de la demanda | 86 |
| 3.2.4 Relevamiento y análisis del alojamiento | 87 |
| 3.2.5 Restauración | 88 |
| 3.2.6 Esparcimiento | 88 |
| 3.2.7 Instalaciones | 89 |
| 3.2.8 Actividades Turísticas | 89 |
| 3.2.9 Relevamiento y análisis de la infraestructura | 90 |
| 3.2.10 Relevamiento y análisis de la Superestructura | 90 |
| Capítulo 4 | 92 |
| 4 Características del Sol Victoria Hotel & Casino | 92 |
| 4.1 Casino Victoria | 94 |
| 4.2 Relevamiento de la demanda | 101 |
| 4.2.1 Análisis de encuestas a visitantes de la ciudad de Victoria | 101 |
| 4.3 Análisis de encuestas a Residentes de la ciudad de Victoria | 111 |
| 4.4 Análisis de entrevistas | 119 |

Página

| | | |
|--|------------|-----|
| Parte III Conclusiones | 122 | |
| Capítulo 5 | 123 | |
| 5.1 Conclusiones generales | | 123 |
| 5.2 Conclusiones caso de estudio: Victoria- Entre Ríos | | 124 |
| 5.3 Bibliografía | 129 | |
| Parte IV Anexos | 131 | |

PARTE I

Aspectos introductorios de la investigación

Capítulo 1 Aspectos Introductorios.

1.1 Introducción

El presente trabajo pretende determinar la relación existente entre la reciente aparición de los hoteles casinos y el incremento del flujo turístico¹ de las ciudades donde se ubican.

Puntualmente la situación actual del Municipio de Victoria, provincia de Entre ríos de la República Argentina.

La construcción del Puente Nuestra Señora del Rosario que une Victoria con la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, en el año 2004 ha generado grandes cambios. Uno de los más trascendentes es sin dudas la accesibilidad que posiciono a la ciudad de Victoria en un lugar geográfico cercano a corredores y puertas de entrada de importancia a nivel nacional.

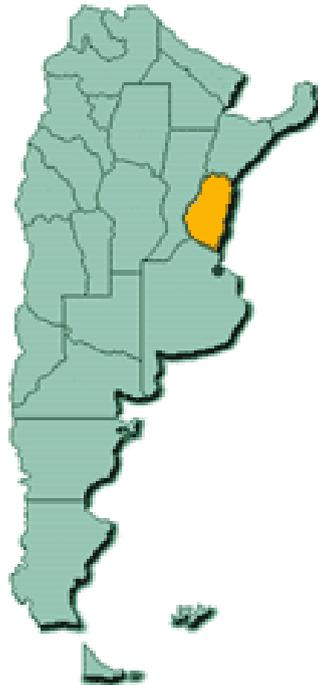
Como se describe en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 el Municipio se encuentra cercano al Corredor (potencial) del Paraná, que recorre el río homónimo y ambas riveras desde la puerta Corrientes-Resistencia hasta la desembocadura en el Río de la Plata, además del escenario natural de sus barracas, ofrece como producto principal la pesca deportiva de surubíes y dorados, entre otras especies. Además de su cercanía con las puertas actuales Rosario y Gualeguaychú.

Si bien el Municipio de Victoria es conocido por las propiedades curativas de sus aguas termales, el Parque Termal Victoria del Agua terminado recientemente es otra apuesta fuerte del mismo. Los aspectos físicos de la ciudad, como su hidrografía, su riqueza termal, así como sus atractivos culturales, hacen de la misma un lugar que merece ser visitado.

Pero esta ciudad posee un atractivo de singular interés y motivo de la presente investigación: Sol Victoria Hotel & Casino.

El mismo se encuentra ubicado en el centro de la histórica y bicentenario ciudad. Posee 97 habitaciones, incluyendo 20 suites; Gastronomía de Primer Nivel, un Spa y Salones de Eventos con las últimas tecnologías y con la mejor vista sobre el río Paraná.

¹ Movimiento migratorio por tierra, mar o aire que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. Ambos puntos establecen una relación de mercado.



A partir de esta investigación se intentara determinar si el crecimiento turístico en la ciudad de Victoria es producto de sus atractivos²o de la apertura del Hotel Casino, así como también destacar los cambios en el ámbito económico, demográfico y turístico de la misma.

1.2 Tema de investigación

En el presente trabajo se intentará determinar la relación existente entre la aparición de los hoteles casino y el incremento del flujo turístico de la ciudad de Victoria- prov. de Entre Ríos.

La misma es del tipo no experimental ya que se realizan estudios sin la manipulación de las variables y solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos.

1.3 Propósito de la Investigación

Este trabajo intenta demostrar que los hoteles casinos desarrollan turísticamente a las ciudades en donde están ubicados y pueden ser considerados como atractivos en si mismos.

² Motivos principales por los que el turista se desplaza. Pueden ser naturales, culturales o acontecimientos programados. OMT (1998)

Esta investigación basa su criterio en los conocimientos adquiridos en la materia "Metodología de la Investigación y Trabajo Final"

Al no existir un único criterio para clasificar los tipos de investigación, se toma a Toyos, Mónica. "Como escribir una tesis en turismo" Ediciones Turísticas, primera edición, 2009. para el diseño del presente trabajo final de grado.

La misma tiene un diseño del tipo descriptivo del Sol Victoria Hotel Y Casino y de la ciudad, con este fin se utilizan fichas de observación, encuestas y entrevistas a visitantes³ y residentes⁴; que tienen como característica principal la medición, ya que en ciencias describir es medir.

La investigación descriptiva es el mayor exponente de la investigación cuantitativa. La misma se refiere a la etapa preparatoria del trabajo científico que permite ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los factores y los procedimientos. (Elia pineda, Eva Alvarado. Metodología de la investigación; 2 da edición, 1994)

"Las investigaciones descriptivas proponen conocer grupos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. No se ocupan, pues de la verificación de la hipótesis sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente" (Sabino, Carlos. Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos. Editorial Lumen .Bs As .1998)

Es también del tipo Exploratorio ya que se pretende dar una visión general y aproximada de los objetos de estudio. Se elige cuando el tema a desarrollar no tiene suficientes estudios previos.

"Las investigaciones del tipo exploratorio se realizan cuando el objeto es examinar un tema o problema poco examinado del cual se tienen muchas dudas o nunca se ha estudiado o bien si se desea indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas" (Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. Cuarta edición. (2006))

El periodo temporal de la presente investigación corresponde a los meses de Enero de 2011 a septiembre de 2012.

³ Persona que se desplace a un lugar diferente de su lugar de residencia habitual con fines turísticos.

⁴ Persona que vive en un determinado lugar o región y ha permanecido durante al menos seis meses consecutivos en él.

Mediante este trabajo se pretende aportar más conocimientos a la Industria de la Hospitalidad y que este material sirva de consulta para futuras investigaciones.

1.4 Justificación

La ciudad de Victoria es elegido como caso de estudio de esta investigación debido a que tiene una población que no supera los 50000 habitantes y a la apertura del Sol Victoria Hotel & Casino. Este tipo de hoteles influye en el flujo turístico de las ciudades con estas características.

Victoria posee atractivos suficientes para satisfacer la demanda de nuevos mercados surgidos a partir de la inauguración del Puente Nuestra Señora del Rosario enlace vial que la vincula con las regiones centro y noreste argentino.

Esta investigación sugiere al Hotel casino como un atractivo/producto en si mismo, evaluando la posibilidad de que el desarrollo de la ciudad y el crecimiento del flujo turístico sea una consecuencia directa del mismo.

Por consiguiente podría aumentar la inversión pública y privada en la región y de esta manera mejorar los ingresos per capita⁵ y la calidad de vida de la población residente.

⁵ Ingresos por persona en un determinado país o región.

1.5 Problemática de la investigación

1.5.1 Problemática Principal

1. ¿Cuál fue el impacto turístico causado con posterioridad a la aparición de Hoteles Casino en ciudades Argentinas que tienen una población menor a 50.000 habitantes?
2. ¿Cuál fue el impacto turístico causado por Sol Victoria Hotel & Casino en la Ciudad de Victoria – Entre Ríos?

1.5.2 Problemática Secundaria

1.1. ¿Cuáles son las ciudades Argentinas que tienen una población menor a 50.000 habitantes y poseen Hotel casino?

1.2 ¿Qué características tenía la oferta antes de la aparición del Hotel Casino y en la actualidad?

1.3. ¿Cuál es el segmento de mercado que frecuenta los Hoteles Casino?

2.1. ¿Qué características tenía la oferta en Victoria antes de la aparición del Hotel Casino?

2.2. ¿Que característica tiene la oferta en Victoria luego de la creación del Hotel Casino?

2.3 ¿Cuál es el segmento de Mercado que frecuenta los Hoteles Casino en Victoria?

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivos Generales

1. Determinar si la aparición del hotel casino genero cambios en dichas ciudades.
2. Determinar las implicancias turísticas de la creación del hotel casino en la ciudad de Victoria.

1.6.2 Objetivos Específicos

- 1.1 Conocer cuales ciudades con una población menor a 50.000 habitantes poseen Hoteles Casino.
 - 1.2 Comprender la oferta turística en dichas ciudades antes de la aparición del Hotel Casino.
 - 1.3 Comprender la oferta turística de dichas ciudades después de la aparición del Hotel Casino.
 - 1.4 Conocer el segmento de mercado existente.
-
- 2.1. Conocer la oferta turística antes y después de la aparición de Hotel casino en Victoria.
 - 2.2. Señalar las características del segmento de Mercado en Victoria.

1.5 Hipótesis

Los hoteles casino influyen en forma positiva en el desarrollo turístico de las ciudades a partir de su inauguración, aumentando la demanda turística, generando una mejor calidad de vida en los residentes del lugar.

1.6 Antecedentes

En el marco de la elaboración del presente trabajo se encontraron los siguientes antecedentes:

Antecedente 1

Tesis final de grado para obtener el título de Licenciado en turismo de la Universidad Abierta Interamericana (UAI) que se describe a continuación:

- Título: "Turismo y Planificación: Diagnostico turístico del Municipio de Victoria, Entre Ríos. Una mirada del presente, un aporte a su futuro."

Autor: Mora Barrientos, Clara Marina. Bs. As. S/n 2010.

El diagnostico cuenta con cuatro secciones:

- Aspectos introductorios de la investigación

Se desarrollan los aspectos metodológicos acordes a la investigación basada en los criterios de la autora.

- Caracterización de Victoria.
- Conclusión del diagnostico y propuestas.
- Material de trabajo.

Se utilizan fuentes primarias y secundarias abordadas cualitativa y cuantitativamente. Así como entrevistas y encuestas a dueños, empleados, turistas y residentes. También se consulto documentación pública y privada como informes y estadísticas.

La conclusión final del diagnostico informa que la ciudad de Victoria se encuentra en un momento clave de su desarrollo en materia de turismo.

La construcción del Puente Nuestra Señora del Rosario abrió caminos hacia puertas de enlace más importantes del país y facilito el acceso a la ciudad desde los principales centros emisores de turismo nacional del país, como también la integración de la misma a corredores turísticos actuales y potenciales.

La posterior apertura del Casino Sol Victoria presento un punto de inflexión en la historia turística dado que es ponderado como uno de los mejores casinos de la provincia.

A pesar de que victoria posee una vocación turística hacia lo natural, sólo una empresa se dedica a su aprovechamiento siendo el mercado internacional su mejor cliente.

Analizando el sistema turístico, las instalaciones e Infraestructura son deficientes.

Aprovechar el recurso termal es una nueva oportunidad para promocionar a Victoria como una ciudad de relevancia turística.

Es ahora cuando se cuestiona cuales serán los pilares que harán de Victoria una ciudad con relevancia turística o no. La ciudad se enfrenta a una necesaria transformación general, la cual determinara su desarrollo como destino turístico.

Antecedente 2

Casino Sierra de la Ventana

Se toma como antecedente debido a las similitudes con nuestro caso de estudio el Sol Victoria Hotel & Casino y su influencia en la ciudad de Victoria.

Se debe resaltar que ambas ciudades son cabecera de partido, poseen importantes atractivos turísticos y en los últimos años se inauguraron lujosos hoteles casino en ellas.

El material consultado se encuentra en el anexo de la presente investigación. Se resalta que fue difícil encontrar información más actualizada que la utilizada, porque el último censo realizado fue en el año 2010.

Sierra de la Ventana es una localidad ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina.

Pertenece al partido de Tornquist. Es uno de los centros turísticos más atractivos de esa región bonaerense. Cuenta con numerosos lugares de recreación y esparcimiento.

En La Ventana, la mayoría de las actividades se pueden desarrollar al aire libre y en contacto con la naturaleza: ecoturismo, pesca con mosca de truchas arco iris, trekking, ascensos al Cerro Ventana y Tres Picos, entre otros, escaladas, cabalgatas por las sierras, etc.

El cerro Ventana es el principal atractivo de La Ventana con 1184 msnm; al pie del mismo se encuentra el parque provincial Ernesto Tornquist, donde se realizan las principales excursiones de la zona.

El Parque está a 22 km de Sierra de la Ventana, por RP 76. Creado en 1936, tiene 6700 hectáreas. Los ambientes del Parque Provincial Tornquist se encuentran en la zona del "Sistema de Ventania".

Hay un importante vivero forestal, con gran cantidad de especies de plantas, para trasplante en las laderas de las sierras, y el Jardín Botánico Pillahuincó. El entorno de las Sierras crea ambientes de gran belleza. Se realizan paseos en auto, bicicleta, a pie, a caballo.

En materia de casinos la ciudad fue sede del primer casino del país, entre 1911 y 1918. También funcionaba un lujoso hotel. Ambos fueron clausurados en 1920 por ley nacional. El establecimiento fue modelo de hotelería para su época, estaba ubicado en un parque de 120 hectáreas. Hoy solo quedan sus ruinas.

Pero en marzo de 2011 la ciudad inauguró el nuevo casino, situado dentro del predio que alberga al Hotel Provincial (actualmente en remodelación). Fue una apuesta fuerte de la provincia con muchas expectativas a nivel turístico.

El Casino cambio radicalmente a la ciudad, convirtiéndola en uno de los destinos más visitados y preferido por los amantes de los juegos de azar.

La ciudad empezó a tener más vida nocturna, ya que hasta su apertura todos los atractivos eran al aire libre.



Fuente: www.eldiario.deljuego.com.ar



Fuente: www.eldiario.deljuego.com.ar

A más de un año de su inauguración las estadísticas de la Secretaría de Turismo marcan que durante las vacaciones de invierno 2011 se registró un aumento del 15% en el número de visitantes con respecto al año pasado, siendo los alojamientos más elegidos para hospedarse en un mayor porcentaje cabañas y hoteles, alcanzando una ocupación entre semana de alrededor del 65%, y llegando al 95% durante el primer fin de semana de las vacaciones.

El 51% de los turistas que visitaron las oficinas de informes se acercaron a la Comarca por recomendación de familiares o amigos, mientras que un 38% reiteró su visita, dando la pauta del alto grado de satisfacción, lo que los invita a regresar o recomendar la ciudad.

Sin dudas el nuevo casino es un atractivo interesante no solo para aquellos visitantes que disfrutaron de sus salas, sino también para los amantes de la naturaleza.

1.7 Marco Teórico Conceptual

Para la elaboración del presente trabajo final de grado es necesario definir y conceptualizar los términos que se utilizaran en el transcurso del mismo.

El marco teórico tiene como objetivo situar la problemática y el resultado de su análisis dentro del conjunto de conocimientos existentes y orientar todo el proceso de investigación.

Como primer paso, se define el concepto turismo como el más general de esta investigación. Es un concepto amplio y difícil, se trata de una actividad socioeconómica de carácter multidisciplinario.

Para los Profesores Mathienson y Wall;1982,Turismo:"es el movimiento temporal de gente por periodos inferiores a un año a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo; las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas". Mientras que para la OMT: comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas, pernoctando en el destino con fines de ocio, negocios y otros".

Según Boyer, en el Libro "Teoría Turística" dice que: "Turismo es un desplazamiento y una permanencia (Séjour), tendiente a satisfacer en el Ocio (Loisir), una necesidad cultural de la civilización industrial".

Para esta investigación tomaremos como válida la definición de la OMT:" comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos; en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas, pernoctando en el destino con fines de ocio, negocios y otros".

La OMT. Introducción al Turismo, acordó utilizar el término visitante "a toda persona que se desplace a un lugar diferente de su lugar de residencia habitual con fines turísticos, sin que intercambie fuerza de trabajo en el lugar visitado".

Por lo tanto esta acepción nos hace diferenciar dos tipos de visitantes: los turistas y los excursionistas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define turista como: "pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país o región visitado".

Montaner Montejano en su libro Estructura del Mercado Turístico lo define como: "visitantes temporales que permanecen al menos 24 horas en el país que visitan y que deben pernoctar en él, en un alojamiento colectivo o privado."

La OMT define la acepción excursionista como: "individuo que se moviliza temporalmente desde su lugar de residencia habitual o desde otro centro de estadía a un sitio de interés turístico por un periodo que no exceda las 24 horas, excluyendo el pernocte en el lugar visitado."

Según la Ley Nacional N° 18828 hotel es "es aquel alojamiento que puede prestar al turista mediante contrato de hospedaje, el servicio de: alojamiento, comidas, desayuno, bar, recepción, portería y personal deservicio sin perjuicio de los demás que para cada categoría expresamente se indique, y con una capacidad mínima de 10 habitaciones con 20 plazas."⁷

Se clasifican dentro de las siguientes categorías, en atención a las comodidades y servicios que presten a sus huéspedes.

- Hotel 5 estrellas
- Hotel 4 estrellas
- Hotel 3 estrellas
- Hotel 2 estrellas
- Hotel 1 estrella

Los requisitos mínimos para la homologación en cualquiera de las categorías son las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o una parte del mismo, que sea independiente del resto en cuanto a sus funciones y servicios principales.
- b) Contar con entrada de pasajeros independiente de la de servicios.

⁶ Pasar la noche en algún lugar que no sea su lugar de residencia habitual.

⁷ www.observatur.edu.ar/leyes

- c) Las habitaciones estarán identificadas en la parte anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifras correspondan al número de piso.
- d) Todas las habitaciones estarán equipadas con los siguientes muebles e instalaciones:
 - Las camas twin serán como mínimo de 0,80 x 1,80 metros. Las camas dobles medirán como mínimo 1,40 x 1,80 metros.
 - Una mesa de noche por plaza.
 - Un sillón, butaca o silla por plaza.
 - Un portamaletas.
 - Un armario con cuatro cajones como mínimo.
 - Una alfombra de pie de cama por plaza, excepto cuando la habitación este totalmente alfombrada.
- e) Contar con recintos de vestuarios y servicios destinados al personal diferenciados por sexo.
- f) El personal estará uniformado.

El Hotel Casino se caracteriza por su oferta de juego en sus propias instalaciones, alojamiento y entretenimiento. Su categoría es elevada. Los juegos de azar son juegos en los cuales las posibilidades de ganar o perder no dependen de la habilidad del jugador sino exclusivamente del azar. De ahí que la mayoría de ellos sean también juegos de apuestas cuyos premios están determinados por la probabilidad estadística de acertar la combinación elegida. Mientras menores sean las probabilidades de obtener la combinación correcta, mayor es el premio.

Los casinos son instalaciones que albergan y tienen capacidad para ciertas actividades de distintos tipos de juegos de azar. Los casinos son comúnmente construidos cerca o en combinación con hoteles, restaurantes, tiendas comerciales, cruceros turísticos y otras atracciones

Un casino de juego es un establecimiento en el cual la atracción principal son los juegos de azar. Los juegos más populares son la ruleta, el blackjack, el craps, el punto y banca, el póquer y las máquinas tragamonedas. La lógica de todos estos juegos consiste, en su nivel más básico, en el siguiente mecanismo:

- ❖ El jugador apuesta una suma de dinero A a un juego de azar determinado, en el cual se tiene que cumplir la condición C

para que el apostador gane una suma de dinero de ganancia (G), siendo G mayor que A.

- ❖ Si se cumple la condición C, entonces el jugador recibe G.
- ❖ Si no se cumple la condición C, entonces el jugador no recibe nada.

Adicionalmente, las cantidades de ganancia (G) están estipuladas de antemano. Para determinar las mismas, se utilizan complejos mecanismos estadísticos, de modo tal de dar cierta ventaja al casino. De este modo, si pensáramos en un jugador que jugara eternamente, el saldo sería a favor del casino de acuerdo a la proporción estipulada previamente.

Dicho de otra manera es un negocio, en el cual el principal objetivo y finalidad es quitarle su dinero y en muchos casos arruinar al jugador causando el trastorno llamado ludopatía.

Esta práctica es legal debido al alto porcentaje de impuestos que pagan las empresas concesionarias, de forma que los jugadores habituales colaboran con las arcas públicas. Los casinos fortalecen la actividad turística de una localidad, puesto que los jugadores también utilizan servicios de hotelería, gastronomía y otros.

Cada país tiene un distinto objeto regulador que permite a jugadores poder jugar en el casino, sin olvidar que hoy existen muchos juegos de casinos on line.

La industria de juegos de casino por internet se ha venido desarrollando desde el año 2000 en distintas partes del mundo mediante el uso de tecnología y software especiales. Hoy se pueden encontrar más de 100.000 salas de casinos virtuales contando con millones de usuarios en todo el planeta.

El casino on line es un lugar virtual para jugar y apostar dinero de manera virtual o real.

La ventaja que ofrece es diversión sin necesidad de descuidar las obligaciones diarias, sin salir de su casa. Para jugar gratis se descarga el software del casino elegido para jugar y se instala en su computadora. Luego se crea una cuenta y se juega gratis, si se desea se realiza un depósito de dinero para poder jugar por dinero real.

En Argentina se usa Rapi pago o Pago fácil, una vez acreditado el mismo se puede empezar a jugar.

La palabra casino proviene del italiano *casino* y significa casa de campo. Originariamente existían ciertas villas en el campo que se utilizaban como lugar de esparcimiento para la nobleza y la clase media alta. Uno de estos divertimentos eran los juegos de azar.

Al pasar dichos locales a las ciudades o sus alrededores han mantenido el nombre originario de casinos, el cual se utiliza en casi todas los lenguajes occidentales.

Siempre ha existido un "tira y afloja" entre estos locales y sus juegos con los gobiernos de cada país, de tal forma que en muchos aún existe prohibición de dichos juegos y locales, siendo la tendencia a permitirlos con una regulación y fiscalización muy estrictas. Mucho ha tenido que ver la religión y los totalitarismos con las prohibiciones, queriendo dar una imagen de vicio y depravación.

Hay que tener en cuenta también que la mayoría de juegos de los casinos son de "recompensa inmediata", lo cual puede influir en personas propensas psicológicamente a caer en una adicción al juego (ludopatía), al igual que ocurre con todos los juegos que tiene el mismo tipo de recompensa (máquinas tragamonedas, bingos..). Esto llevo a crear su mala imagen con ejemplos amplificadas, así como su asociación con lo ilícito y a veces con lo depravado.

Los juegos de azar son juegos en los cuales las posibilidades de ganar o perder no dependen de la habilidad del jugador sino exclusivamente del azar. De ahí que la mayoría de ellos sean también juegos de apuestas cuyos premios están determinados por la probabilidad estadística de acertar la combinación elegida. Mientras menores sean las probabilidades de obtener la combinación correcta, mayor es el premio.

Por otra parte, numerosos juegos combinan el simple azar con la destreza de los jugadores. Principalmente es útil la destreza del jugador para calcular las posibilidades que se deriven de una o varias acciones, en relación siempre con el azar; además, el jugador debe ser hábil para reducir la probabilidad de resultados desfavorables y aumentar la de los favorables mediante sus acciones. Ganar o perder en esta clase de juegos depende, en buena medida, de la habilidad de los jugadores, pero el componente impredecible que es el azar puede arrebatarse la victoria hasta al jugador más experimentado y diestro.

Sus orígenes provienen de los sumerios y asirios quienes utilizaban un hueso extraído del talón de animales denominado astrágalo o talus,

que tallaban para que pudieran caer en cuatro posiciones distintas. Los juegos con dados se originaron en los tiempos del Imperio Romano, aunque se conoce apenas las reglas con las que jugaban. Uno de estos juegos, denominado "hazard", palabra que en inglés y francés significa riesgo o peligro, fue introducido en Europa con la Tercera Cruzada. Las raíces etimológicas del término provienen de la palabra árabe "al-azar", que significa "dado".

Entre los juegos de azar mas populares se encuentran:

- ❖ El bingo, originario de Italia, consiste en un bombo con un determinado número de bolas numeradas en su interior (75 o 90).

Los jugadores juegan con cartones con números aleatorios escritos en ellos, dentro del rango correspondiente, 1-75 o 1-90. Un locutor o cantor va sacando bolas del bombo, cantando los números en voz alta. Si un jugador tiene dicho numero en su cartón (el de 24 números es el más habitual) lo tacha, y el juego continua así hasta que alguien consigue marcar todos los números de una línea y el cartón.

La probabilidad de obtener una línea o el cartón entero depende del número de cartones que están interviniendo en el juego, por lo que dependerá del número de personas que estén jugando así como del número de cartones con que cada participante juegue. Como en este juego se sacan número hasta que alguien "canta bingo", es decir, posee el cartón con los 24 números, la probabilidad depende del número de cartones en juego, así como, del control del jugador sobre sus cartones.

- ❖ Cara o cruz: es juego sencillo, en el que se suele lanzar sobre una superficie horizontal una moneda al aire y gana el que eligió la cara vista hacia arriba.

Cuenta con diversos nombres según la parte del mundo en el que nos encontremos: cara o ceca en Argentina; cara o sello en Chile, Panamá y Venezuela; cara o corona en el Salvador; cara o cruz en Ecuador, España y Puerto Rico; cara o escudo en Honduras; águila o sol en México; cara o número en Paraguay; etc... Como sólo hay 2 posibles elecciones, la probabilidad de acierto es del 50%.

- ❖ Dados: Los sumerios y asirios utilizaban un hueso extraído del talón de animales como ovejas, ciervos o caballos, denominado astrágalo o talus, que tallaban para que pudieran caer en cuatro posiciones distintas, por lo que son considerados como los precursores de los dados.

El juego de los dados consiste en lanzar un objeto de forma poliédrica sobre una superficie horizontal. Los posibles resultados numéricos están marcados en cada una de las caras del poliedro y se eligen tomando, normalmente, el resultado marcado en la cara que queda vista hacia arriba. El dado más convencional cuenta con seis caras por lo que la probabilidad de obtener un número (de los 6) es de 1 entre 6, es decir, 16,67%.

- ❖ La lotería: Su origen se remonta al siglo XV cuando los comerciantes genoveses idearon este sistema como estrategia de venta, al estar constituidos los premios por mercancías.

En un sorteo de un cupón, la probabilidad de obtenerlo depende del número de billetes en juego, así como del número de series. La cuantía del premio a recibir no sólo depende de la probabilidad de acierto, sino también del porcentaje que se devuelva como premio de la cantidad jugada, que suele ser de un 70%.

- ❖ La Quiniela: su acierto depende del número de posibilidades o posibles elecciones. La diferencia con otras formas de apuestas es que aquí, además del azar, existe una mayor probabilidad de acierto,
- ❖ Lotto: En este tipo de lotería, se tiene una serie de números, de los cuales una cantidad son los que resultan ganadores
- ❖ Pozo de la Quiniela: Para participar en el juego, el apostador debe elegir dos números de tres cifras o si lo deseara, la terminal de juego le generará automáticamente la apuesta. Si esos dos números de tres cifras salen en cualquier orden entre los cinco primeros premios del extracto, se consideraran ganadores del juego.
- ❖ Máquina Tragamonedas: Este juego a cambio de una cantidad de dinero se ofrece ocasionalmente un premio.

Existen de dos tipos: las máquinas programadas (habituales en salones de juego y bares), en la que, según un programa interno, después de un número de juegos, la máquina ha de devolver una parte del ingreso que se ha realizado (en torno al 70%); las máquinas de azar (habituales en casinos), en las que dependen exclusivamente del azar.

- ❖ La ruleta: es el juego típico de los casinos, debe su origen al matemático francés Blaise Pascal, de ahí que su nombre viene del término francés roulette, que significa rueda pequeña.

En un principio poseía 36 números y a finales del siglo XIX, los hermanos Blanc la modificaron añadiéndole un nuevo número, el 0, y la introdujeron inicialmente en el Casino de Montecarlo. Esta ruleta

cuenta con una proporción de premios de 36/37, que deja un margen para la casa del 2,7% (en Europa) o el 5,4% (en EE.UU.) si cuenta con dos ceros.

La ludopatía es un impulso irreprímible de jugar a juegos de casino a pesar de ser consciente de sus consecuencias y del deseo de detenerse. Se considera un trastorno del control de los impulsos, y por ello la American Psychological Asociación no lo considera como una adicción.

El juego patológico se define actualmente de manera separada a la de un episodio maniaco. Sólo cuando el juego se da de forma independiente de otros trastornos impulsivos, del pensamiento o del estado de ánimo se considera como una patología aparte. Para recibir el diagnóstico, el individuo debe cumplir al menos cinco de los siguientes síntomas:

- ❖ Preocupación. El sujeto tiene pensamientos frecuentes sobre experiencias relacionadas con el juego, ya sean presentes, pasadas o producto de la fantasía.
- ❖ Tolerancia. Como en el caso de la tolerancia a las drogas, el sujeto requiere apuestas mayores o más frecuentes para experimentar la misma emoción.
- ❖ Abstinencia. Inquietud o irritabilidad asociada con los intentos de dejar o reducir el juego.
- ❖ Evasión. El sujeto juega para mejorar de su estado de ánimo o evadirse de los problemas.
- ❖ Revancha. El sujeto intenta recuperar las pérdidas del juego con más juego.
- ❖ Mentiras. El sujeto intenta ocultar las cantidades destinadas al juego mintiendo a su familia, amigos o terapeutas.
- ❖ Pérdida del control. La persona ha intentado sin éxito reducir el juego.
- ❖ Actos ilegales. La persona ha violado la ley para obtener dinero para el juego o recuperar las pérdidas.
- ❖ Arriesgar relaciones significativas. La persona continúa jugando a pesar de que ello suponga arriesgar o perder una relación, empleo u otra oportunidad significativa.
- ❖ Recurso a ajenos. La persona recurre a la familia, amigos o a terceros para obtener asistencia financiera como consecuencia del juego.

Todo esto posee una base biológica queDe acuerdo con el Illinois Institute for Addiction Recovery, las últimas evidencias indican que el juego patológico es una adicción similar a las químicas. Se ha visto

que algunos jugadores patológicos tienen menores niveles de norepinefrina ² que los jugadores normales.

La norepinefrina se secreta en condiciones de estrés o amenaza, de modo que los jugadores patológicos juegan para elevar sus niveles.

A medida que se acumulan las deudas los afectados pueden recurrir a "soluciones" desesperadas para conseguir dinero para "recuperar" a través del juego, como pequeños hurtos, o pedir nuevos créditos para tapar las deudas más difíciles de ocultar. La existencia del hecho delictivo depende de las circunstancias facilitadoras del medio para cometerlo y de la personalidad base del afectado.

Como consecuencia de la enfermedad, el afectado puede tener depresión, ansiedad, ataques cardíacos (consecuencia del estrés), puede tener ideas suicidas por desesperación si no recibe tratamiento.

El conocimiento científico disponible parece indicar que la ludopatía es una tendencia interna y que los ludópatas tienden a arriesgar dinero en cualquier juego disponible, más que en uno en particular, generando ludopatía en otros individuos que, de otro modo, serían "normales". No obstante, las investigaciones también indican que los ludópatas en juegos de desarrollo rápido. Por ello es mucho más probable que pierdan dinero en la ruleta o en una máquina tragamonedas, en el que los ciclos terminan rápido y existe una constante tentación de jugar una y otra vez o aumentar las apuestas, en oposición a las loterías nacionales, en las que el jugador debe esperar hasta el próximo sorteo para ver los resultados.

Existen una gran variedad de tratamientos para el juego patológico que incluyen el consejo, los grupos de autoayuda y la medicación psiquiátrica. Sin embargo, no se considera que ninguno de estos tratamientos sea el más eficaz, y no se ha aprobado ninguna medicación por parte de la FDA para el tratamiento del juego patológico.

Jugadores anónimos es un tratamiento comúnmente utilizado para la ludopatía. Modelado con base en el tratamiento de Alcohólicos Anónimos, utiliza un modelo en doce pasos que hace hincapié en un enfoque de ayuda mutua.

Así como distintas terapias enfocadas en la cognitiva⁸ y de conducta.

⁸ Que pertenece o está relacionado con el conocimiento

Para la acepción corredor turístico se tomara la utilizada por Cárdenas Tabares, Fabio .Proyectos turísticos, localización e Inversión. Primera Edición. México D.F.Trillas: " Los corredores turísticos son las vías de conexión entre las zonas, los complejos, los centros, los atractivos turísticos, las puertas de entrada de turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno⁹; que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico¹⁰", definido como el conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.

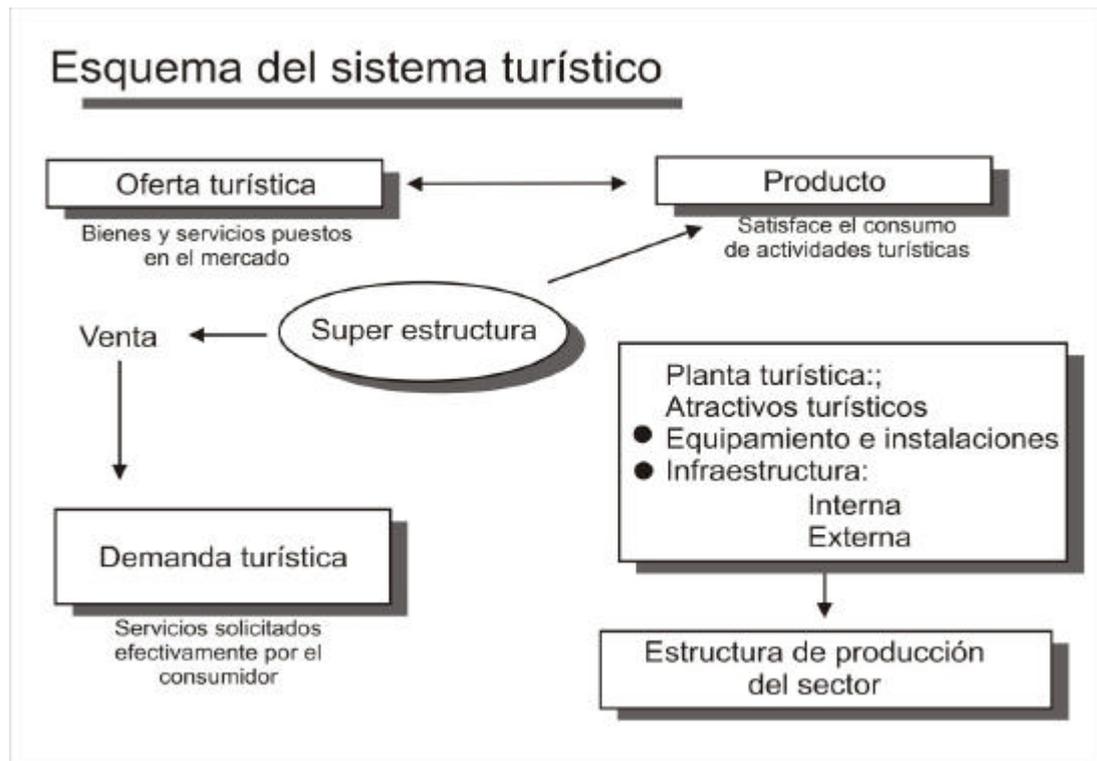
Según su función pueden ser de traslado y de estadía:

- De traslado: "constituyen la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir sus itinerarios"
- De estadía:" son la combinación de un centro con un corredor turístico. Son superficies alargadas, cuyo ancho no supera en sus partes más extensas los 5 kilómetros.Se distingue por la disposición de sus atractivos, el asentamiento de la planta turística y su función. Por lo general son prolongaciones de localizaciones mayores que actúan como centros turísticos" (Bullon,Roberto. Planificación del espacio turístico. Ed. Trillas. México 1990)

La OMT considera que los elementos que conforman el sistema turístico están dados por la demanda; la oferta; el espacio geográfico entendiéndose el lugar físico donde se encuentran la oferta y la demanda (conceptos desarrollados a continuación); y los operadores del mercado que son aquellas empresas y organismos cuyas funciones facilitan la inter relación entre oferta y demanda.

⁹ Personas que residen en un país y que viajan con una duración menor a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual con fines turísticos. OMT (1998).

¹⁰Cárdenas Tabares, Fabio .Proyectos turísticos, localización e Inversión. Primera Edición. México D.F.Trillas



Fuente: Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo.

Mientras que Molina, Sergio. Conceptualización del Turismo. Editorial Limusa 1996. Conceptualiza el sistema turístico, integrándolo por subsistemas que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo en común. Molina lo describe de la siguiente manera:

- Superestructura: "Es el conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística, recogiendo los intereses y objetivos de los subsistemas restantes." Dividiéndose a su vez en a) Organizacionales: que son los organismos del sector público, privado e intergubernamental.

Y b) Conceptuales: refiriéndose a leyes, reglamentos, planes y programas.

- Demanda: conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- Atractivos: son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores del flujo turístico.

Hernández Díaz en su libro “Proyectos Turísticos, formulación y Evaluación”. Los divide en cinco categorías:

- ❖ Sitios naturales: pueden ser de montaña, costas, lagos, parques nacionales, etc.
- ❖ Museos y manifestaciones culturales: pueden ser museos, obras de arte, lugares históricos y/o arquitectónicos.
- ❖ Folklore: pueden ser manifestaciones religiosas; creencias populares; ferias y mercados; música y danzas; artesanía y artes; comidas y bebidas típicas.
- ❖ Realizaciones técnicas: pueden ser científicas o artísticas contemporáneas abarcando obras de arte moderna; centros científicos y técnicos.
- ❖ Acontecimientos programados: artísticos, deportivos, gastronómicos, rodeos, carnavales, fiestas religiosas.

Además se clasifican en jerarquías:

- ❖ Jerarquía 4: atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actuales y/o potenciales.
- ❖ Jerarquía 3: posee rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar por si solo una corriente importante de visitantes nacionales actuales o potenciales, En conjunto con otros atractivos cercanos pueden motivar el interés de visitantes extranjeros.
- ❖ Jerarquía 2: atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas o capaces de motivar corrientes turísticas locales.
- ❖ Jerarquía 1: atractivo sin merito suficiente para ser considerado al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que puedan complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo complejos turísticos.

El estado de conservación de los elementos observados se mide bajo los siguientes parámetros.

- ❖ Óptimo: perfecto estado de conservación de los elementos observados, sin rastros de desgaste alguno.
- ❖ Aceptable: desgaste propio del uso cotidiano y del paso del tiempo. Estructuras intactas.
- ❖ Deficiente: aspecto de abandono, malezas altas, estructuras rotas.

- Equipamiento e instalaciones: comprende el conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios y las instalaciones que los apoyan.

El equipamiento incluye a los establecimientos administrados por la actividad pública o privada de los hospedajes, alimentos y bebidas, esparcimiento.

Las instalaciones son imprescindibles para la realización de actividades, son construcciones especialmente diseñadas para facilitar la actividad turística.

- Infraestructura: es la que presta los servicios básicos y/o de apoyo al sistema turístico, son bienes y servicios que tiene un país para sostener sus estructuras sociales y colectivas, como hospitales, escuelas carreteras, tendido eléctrico etc.

Tienen que ver con el modo de vida del lugar.

Montaner Montejano en su libro Estructura del Mercado turístico define a la demanda turística como: "el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional."

Muy similar a la definición de la OMT expresada como: "el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos." Al igual que el Libro "Comercialización de Productos y Servicios Turísticos" de Isabel Milio Balanza y Mónica Cabo Nadal: "La Demanda la forman todos aquellos turistas que de manera individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual, motivados por los productos o servicios turísticos creados con el objeto de satisfacer sus necesidades de ocio, recreo, descanso, esparcimiento, cultura, etc., en sus periodos vacacionales. A pesar de que generalmente se habla de periodos vacacionales es obvio que el turismo vive, en parte también, de otro grupo de personas que no se desplazan por los motivos anteriormente expuestos y que responden a motivaciones profesionales o empresariales. Es lo que se conoce por turismo de negocios, y que para algunos destinos representa un porcentaje muy importante del volumen total de negocio turístico".

En la presente investigación se toma como válida la definición de Montaner Montejano en su libro Estructura del Mercado turístico que define a la demanda turística como: "el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva están motivados por una serie de productos y servicios turísticos con el objeto de cubrir sus necesidades

de descanso, recreo, esparcimiento y cultura en su periodo vacacional."

Basando la investigación en esta definición se puede clasificar a la demanda turística en tres grandes grupos:

- Demanda efectiva o actual: *"es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, qué efectivamente viajan."* Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales.
- Demanda no efectiva: *"es el sector de población que no viaja por algún motivo"*
Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a las personas que viajarán en el futuro cuando las circunstancias personales se los permitan (más dinero o más tiempo libre por ejemplo); y la demanda diferida
Que es aquella que no ha podido viajar por algún motivo relacionado con la oferta, como alguna actividad terrorista en la zona, escasa disponibilidad en la planta hotelera, etc. Un lujo demasiado costoso.
No se debe olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser
- No demanda: *"caracterizada por el grupo de gente que simplemente no desea viajar"*
Recordar dos conceptos relativamente nuevos, sustitución de la demanda y desviación de la demanda. La primera se refiere al cambio o sustitución de una actividad turística por otra, por ejemplo una estadía en hotel es sustituida por una en bungalows. En cambio la desviación de la demanda se produce cuando se cambia el destino turístico.

Factores determinantes de la demanda turística

Se agrupan en cinco grupos:

- Económicos
- Relativos a las unidades demandantes
- Aleatorios
- Relativos a los sistemas de comercialización
- Relativos a la producción

Para este trabajo solo se desarrollarán los primeros dos ya que son los factores que influirán en la investigación.

Los Factores económicos están conformados por:

- Nivel de renta disponible: es la cantidad de dinero que dispone el consumidor para gastar en bienes de ocio¹, como el turismo, luego de haber pagado sus necesidades básicas.
- Nivel de precios: esta variable no afecta por igual a los mercados de origen² que a los destinos turísticos. O sea aunque los precios en los mercados de origen sean elevados solo influyen en los bienes de primera necesidad, ya que los individuos pueden cambiar su destino turístico hacia lugares alternativos.
- Política fiscal: ante un aumento de la presión fiscal, el dinero disponible de las personas es relativamente menor y por lo tanto se producirá una disminución de la demanda.
- Financiación: esta variable favorece el aumento del turismo porque permite realizar gastos mayores en turismo y con mayor frecuencia.
- Tipos de cambio: la relación entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda del país emisor con el dólar favorece la demanda turística hacia los países con monedas menos fuertes.

Los factores económicos ejercen una influencia clara en la demanda, ya que el grado de desarrollo de una sociedad determina la magnitud de la misma.

Factores relativos a las unidades demandantes

- Motivación: cuando las personas viajan es por algo, lo que implica algún motivo o causa y lo que presupone alcanzar algún fin determinado. Sin embargo, no hay dos individuos iguales por lo que sus decisiones dependerán de sus actitudes, de sus percepciones y de sus personalidades. Hay que distinguir entre turistas allocéntricos y psicocéntricos. Los primeros están motivados por áreas no turísticas, nuevas experiencias, destinos diferentes; mientras que los psicocéntricos son aquellos turistas que están motivados por destinos que les son familiares con un alto desarrollo turístico.
- Condicionantes socioculturales: se incluyen factores como la edad, la profesión, el empleo, etc. Otros factores como la movilidad personal o el nivel de educación influyen positivamente en el hecho de que el individuo demande más cantidad de turismo.

Por el contrario la inseguridad o la falta de empleo provocan un impacto negativo en el turismo.

Según la OMT ,1994: La Oferta Turística está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística de un destino determinado para su consumo y disfrute". Para Montaner Montejano en su libro Estructura del Mercado turística : "se basa en unos productos o servicios que están sujetos a una calidad y precio y que deben competir en el mercado frente a otros productos y servicios con el objetivo final de conseguir una sólida demanda que permita obtener una rentabilidad y beneficios".

Según el Libro "Comercialización de Productos y Servicios Turísticos" de Isabel Milió Balanza y Mónica Cabo Nadal: "La Oferta la constituyen todos aquellos productos y servicios que son necesarios o interesantes para satisfacer las necesidades del turista. Pero además de éstos, en el turismo por sus características, existen una serie de elementos naturales que también forman parte de la oferta. Así, podemos encontrarnos con que una playa, un lago, unas montañas, un río, unas cuevas o un clima determinado, pueden ser un reclamo de primer orden para el turista".

Esta investigación toma como valido la definición de la OMT: " La Oferta Turística está compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística de un destino determinado para su consumo y disfrute".

Es importante evaluar los distintos tipos de impactos que el turismo provoca en el ámbito económico y socio cultural tanto positivo como negativo, para determinar su influencia en nuestro caso de estudio: Victoria – Entre Ríos.

La OMT; capítulo 11, define Impactos económicos del Turismo como "la influencia diversa del turismo en la economía de los países"

El turismo repercute en la economía de los países y las regiones en los que se desarrolla. Los países en vías de desarrollo tienen mayor influencia del turismo y las inversiones extranjeras producen efectos más significativos.

Algunos de los aspectos positivos son:

- Contribución del turismo a la balanza de pagos

Implica un rápido aumento de divisas que equilibran la balanza. Producen efectos primarios que son fácilmente medibles ya que se refieren al gasto realizado por visitantes internacionales.

Los efectos secundarios son los producidos por el gasto turístico a medida que este se filtra en la economía local.

- Contribución del turismo al producto bruto interno⁽¹⁾ (PNB)

- Contribución del turismo a la creación de empleo

Existen tres tipos de empleo, el empleo directo es el resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas como por ejemplo los hoteles. El empleo indirecto es resultado del gasto turístico. Por último el empleo inducido creado como resultado del gasto de los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.

- Aumento de la actividad empresarial

Se lo considera de esta manera debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía. La actividad turística está compuesta por un grupo heterogéneo de empresas, que dependen unas de otras para proveerse, en consecuencia el aumento turístico estimula la demanda de los bienes locales y del nivel económico en general.

Es importante tener en cuenta los costes económicos del turismo, deben ser considerados al mismo tiempo que los beneficios, para poder evaluar correctamente los impactos económicos en un destino.

- Coste de la oportunidad: los recursos de un destino ya sean naturales, sociales o culturales son siempre limitados. Aplicarlos a la actividad turística en lugar de a usos alternativos tiene un coste de oportunidad que debe evaluarse. Se debe valorar los beneficios económicos que se obtendrían si estuvieran destinados a otro uso. Ya que si la asignación de los recursos no es la más óptima, se pone en juego el bienestar social de la población residente. Por lo tanto, si los costes de un proyecto turístico no se valoran, no se estará valorando ni previniendo sus impactos negativos.

- Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística: Debido a la relación existente entre el turismo y los demás sectores de la economía. La demanda turística es extremadamente estacional y muy sensible a la variación de precios, a los cambios políticos y a las modas.

Una caída en la demanda turística provoca una disminución de la demanda de los bienes locales, menos ingresos y poder adquisitivo de la población local.

- Posible inflación derivada de la actividad turística:

El turismo en ocasiones puede producir inflación. Los turistas suelen tener un poder adquisitivo elevado, que les permite afrontar la subida de precios de los productos y servicios ofrecidos en el destino, que son aumentados por los proveedores locales para obtener más beneficios. La población local debe compartir en la mayoría de las ocasiones los mismos proveedores que los turistas, pero con un poder adquisitivo mucho menor.

La OMT; capítulo 12, define a impactos socioculturales como *"la diversidad de relaciones sociales entre turistas y residentes en un destino turístico determinado."*

Existen tres tipos de contextos del encuentro social entre turistas y residentes

- Cuando el turista compra un bien o servicio al residente ⁽¹⁾
- Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos
- Cuando ambos intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros son los más frecuentes, ya que los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada sino, que siguen manteniendo las costumbres de sus lugares de origen.

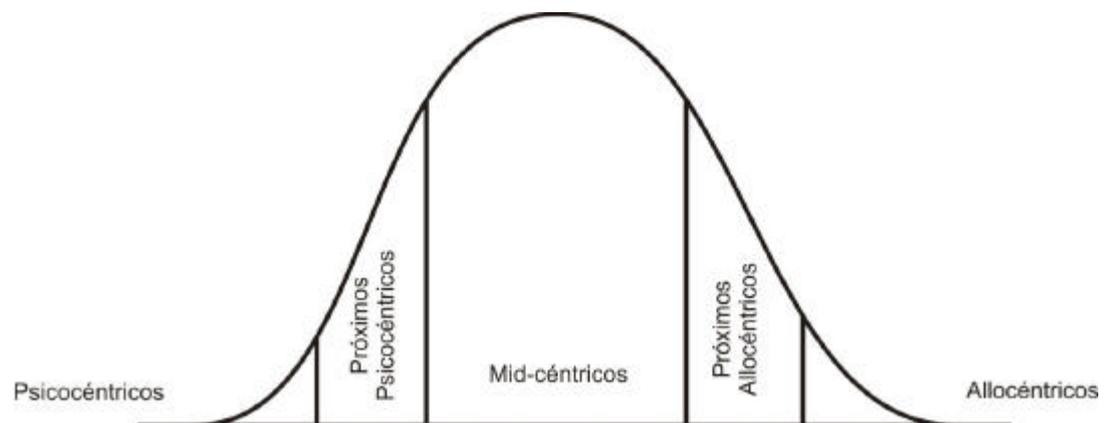
Dependiendo del tipo de turista que visita la región el impacto sociocultural será más o menos intenso, y más o menos positivo. La mera observación del comportamiento de los visitantes de una región puede inducir a cambios en valores y costumbres por parte de los residentes; este es conocido como el efecto demostración. Incluso en el turismo nacional, en el que turistas y residentes poseen un mismo contexto sociocultural, provoca cambios sociales y culturales en el destino.

Existen dos tipos de impactos socioculturales.

- ❖ Los Indirectos referidos a los cambios sociales que acompañan a las nuevas formas de comunicación, transporté e infraestructuras propias de la actividad turística.
- ❖ Los inducidos que se producen con el aumento del nivel de vida económico aportado por el turismo, ya que la población modifica su consumo, aumentando y /o modificando las necesidades.

La magnitud de los impactos dependerá de las características propias de los turistas y de las diferencias socioculturales existentes con respecto a los residentes. Las principales diferencias son las tradiciones y costumbres, las creencias religiosas y los diferentes estilos de vida.

Los turistas pueden clasificarse en un espectro que alinea a los allocéntricos en un extremo y a los psicocéntricos en el otro.



Fuente: OMT

El grupo de los allocéntricos se siente atraído por nuevos destinos desconocidos, en ellos no existe desarrollo turístico previo. Poseen un nivel económico elevado.

El grupo de los psicocéntricos busca entornos familiares, no elige destinos desconocidos. En el medio de ambos se encuentran los céntricos, la mayoría de los turistas pertenecen a este grupo.

Los impactos causados por los psicocéntricos son más significativos que los creados por los allocéntricos, ya que los destinos suelen ser descubiertos por ellos. A medida que la región va atrayendo más gente, los allocéntricos salen en busca de nuevos lugares menos visitados y desconocidos.

Los Impactos socioculturales pueden clasificarse en positivos y negativos

Impactos Positivos

La calidad de la experiencia turística no depende solo del atractivo del destino, sino también de todo el sistema turístico. Por consiguiente es importante la infraestructura y los servicios del lugar. El turismo favorece estos aspectos, mejorando el alumbrado, las comunicaciones, los hospitales, rutas.

El turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, porque los atractivos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, y pueden ser incluidos en la experiencia turística. De esta forma se contribuye a la preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos. Así también se revitalizan las costumbres locales: artesanías, folklore, festivales, gastronomía etc.

Es importante mencionar el impacto positivo del efecto demostración del turismo ya que ayuda a los residentes a trabajar por cosas de las que carecen, como por ejemplo una mejor calidad en el nivel de vida.

Impactos negativos

El mayor impacto son las diferencias sociales entre los turistas y los residentes, sobre todo en países en vías de desarrollo, en donde las diferencias económicas entre ambos son más marcadas. De esta

manera aparecen ghettos de gran lujo en lugares en donde predomina la pobreza.

El turismo puede provocar también un impacto negativo del efecto demostración causando la desaparición de la cultura de la región bajo la creencia de que es inferior ya que los turistas tienen una mejor calidad de vida.

Es importante destacar la conducta de los consumidores. Algunos conceptos para tener en cuenta son la personalidad y auto concepto. La personalidad distintiva de cada individuo influye en su conducta de compra. La personalidad se refiere a las características psicológicas únicas de cada individuo, suele describirse en término de rasgos o conductas como confianza en uno mismo, dominio, sociabilidad, autonomía, defensa y agresividad.

La personalidad puede ser útil para analizar la conducta de los consumidores respecto a la selección de productos y marcas. Por ejemplo, quienes venden café han descubierto que los bebedores asiduos de café son muy sociables, por ello las grandes cafeterías buscan atraer clientes creando entornos en los que la gente pueda relajarse.

En las decisiones de compra de una persona también influyen cuatro factores psicológicos importantes: motivación, percepción, aprendizaje y creencias y actitudes.

Motivación: las personas tienen muchas necesidades en cualquier momento dado. Algunas son biológicas, y surgen de estados de tensión como hambre, sed o incomodidad. Otras son psicológicas, y surgen de la necesidad de reconocimiento, estima pertenencia. Una necesidad se convierte en un motivo cuando alcanza un nivel de intensidad suficiente. Un motivo o impulso es una necesidad que es lo suficientemente apremiante como para hacer que una persona busque satisfacerla.

Se debe mencionar entonces el ciclo motivacional. Al referirse a este concepto, Idalberto Chiavenato dice que *"este comienza cuando surge una necesidad, es una fuerza dinámica que origina un comportamiento."* (Chiavenato, I.; 2001:70).

Cada vez que aparece una necesidad se rompe el estado de equilibrio del organismo y produce un estado de tensión, insatisfacción, inconformismo y desequilibrio que lleva al individuo a

desarrollar un comportamiento capaz de descargar la tensión y libera su inconformidad y desequilibrio. Una vez satisfecha la necesidad el individuo recobra su estado de equilibrio anterior.

Cuando se presenta la frustración de la necesidad en el ciclo, la tensión encuentra una barrera que impide su liberación y al no hallar la salida normal busca una vía indirecta de salida sea mediante lo psicológico (agresividad, descontento, apatía, indiferencia) o mediante lo fisiológico (tensión nerviosa, insomnio, repercusiones cardíacas).

Puede ocurrir a su vez, que no ocurra frustración porque la misma puede compensarse, esto se da en el caso de que la satisfacción de otra necesidad logra reducir la intensidad de una necesidad que no puede satisfacerse.

Dos de las más populares teorías de la motivación humana son las de Sigmund Freud y Abraham Maslow.

Freud supuso que la gente en gran medida no es consciente de las verdaderas fuerzas psicológicas que moldean su conducta. Según él, las personas reprimen muchos impulsos durante su crecimiento. Estos impulsos nunca se eliminan ni se controlan perfectamente, emergen en los sueños, las palabras involuntarias, los comportamientos neuróticos y obsesivos. Así Freud sugirió que una persona no comprende plenamente su motivación.

Para Maslow las personas son empujadas por necesidades particulares en determinados momentos específicos. Chiavenato, toma a Maslow para clasificar a las necesidades. Según Maslow: " las necesidades humanas están distribuidas en una pirámide, en la base están las necesidades mas elementales y recurrentes denominadas necesidades primarias, en tanto que en la cima se hallan las mas sofisticadas o abstractas, las secundarias" como se puede observar en el grafico.

Se disponen de la siguiente forma:

- *Necesidades Fisiológicas*: son las necesidades innatas como las de alimentación, sueño y reposo, abrigo o el deseo sexual. Exigen satisfacción cíclica y reiterada para garantizar la supervivencia del individuo, estas son las que orientan la vida humana, monopolizan el comportamiento del recién nacido y predominan en el adulto sobre las demás necesidades cuando no se satisfacen. Su principal característica es la premura.
- *Necesidades de Seguridad*: constituyen el segundo nivel, llevan a que la persona se proteja de cualquier peligro real o

imaginario, físico o abstracto. Al igual que las anteriores están ligadas a la supervivencia del ser humano, estas necesidades son importantes dentro de la organización debido a que la persona necesita tener cierta certidumbre respecto de su permanencia en ella, de igual manera debe contar con condiciones de trabajo seguras y adecuadas al tipo de labor que desempeña.

- *Necesidades Sociales*: relacionadas con la vida del individuo en sociedad junto a otras personas, son las necesidades de asociación, participación, aceptación, amistad, afecto y amor. Cuando estas no son satisfechas surgen sentimientos hostiles con las personas del entorno lo cual conduce a la desadaptación y soledad, por lo tanto es de suma importancia que las personas puedan obtener estos satisfactores dentro del lugar donde trabajan a través de la aceptación como miembros y de la oportunidad de participación.
- *Necesidades de Autoestima*: hacen referencia a la manera en como se ve y evalúa la persona, autoevaluación y autoestima.

Intervienen aspectos tales como la seguridad en si mismas, la confianza, la necesidad de aprobación, de status y prestigio. La frustración de éstas necesidades provocan sentimientos de inferioridad, dependencia, debilidad y desamparo, estas se vinculan con obtener reconocimiento de la labor realizada dentro de la organización como del logro de una reputación y consideración por parte de los pares y de los superiores.

- *Necesidades de Autorrealización*: son las necesidades más elevadas que llevan al individuo a desarrollar su propio potencial y realizarse como personas durante toda su vida. Esto se expresa a través del deseo de superación, se relacionan con autonomía, autocontrol, competencia y realización de los talentos.

Las cuatro primeras categorías de necesidades pueden satisfacerse mediante recompensas externas (dinero, alimento, amistades, elogios) mientras que estas solo pueden lograrse a través de recompensas intrínsecas que las personas se dan a sí mismas y que no son observables por los demás ni controlables, ya que una persona posee diferentes necesidades en momentos diferentes, tales como las que surgen del hambre, sed e incomodidad, sin embargo

otras son psicológicas y proceden de diferentes estados de tensión tales como la necesidades de reconocimiento, estima o pertenencia.

La mayoría de estas necesidades muchas veces no alcanzan a motivar una acción de una persona en ciertos momentos.

Las personas tratan de satisfacer primero las necesidades más importantes. Cuando esa necesidad se satisface deja de ser un motivador y las personas tratan entonces de satisfacer la siguiente necesidad más apremiante. Cuando esa necesidad se satisface, deja de ser un motivador y las personas tratan entonces de satisfacer sus próximas necesidades más urgentes.

Por ejemplo, las personas que se están muriendo de hambre (necesidad fisiológica) no se interesan por los últimos sucesos del mundo del arte (necesidad de actualización propia) ni en la forma en que otros los ven (necesidad sociales o de estima), ni siquiera si están respirando aire limpio o sucio (necesidad de seguridad). Sin embargo a medida que se satisface la necesidad mas apremiante la siguiente entrara en juego.



Continuando con las decisiones de compra de los consumidores es importante describir los siguientes conceptos.

Percepción: es el proceso por el que las personas seleccionan, organizan e interpretan la información para formarse una imagen inteligible del mundo.

Una persona motivada está lista para actuar. La forma en que la persona actúe dependerá de su percepción de la situación. Todos recibimos información a través de nuestros cinco sentidos. Sin embargo, cada uno recibe, organiza e interpreta esta información sensorial de manera individual.

Las personas pueden tener percepciones distintas acerca del mismo estímulo a causa de tres procesos que se describen a continuación.

La atención selectiva es la tendencia de las personas a filtrar la mayor parte de la información a la que están expuestas.

La distorsión selectiva describe la tendencia de las personas a interpretar la información de manera que apoyen lo que ya creen.

La retención selectiva: las personas se olvidan con facilidad de lo que aprenden, tienden a retener información que apoya sus actitudes y creencias.

Aprendizaje: describe los cambios en la conducta de un individuo como resultado de la experiencia. Ocurre por la interacción de impulsos, estímulos, indicios, respuestas y esfuerzo. Los teóricos del aprendizaje sostienen que la mayor parte del comportamiento humano se aprende.

Creencias y actitudes: una creencia es una idea descriptiva que una persona tiene acerca de algo, construyen la imagen de los productos y las marcas que luego afectan el comportamiento de compra.

La actitud describe las evaluaciones, sentimientos y tendencias relativamente conscientes de una persona hacia un objeto o idea. Las mismas preparan mentalmente a una persona para que una cosa les guste o le disguste. Es difícil modificar las actitudes. Las actitudes de una persona encajan en un patrón, y modificar una actitud podría requerir ajustes difíciles en muchas otras.

Es por ello que se trata que los productos encajen en las actitudes existentes, más que tratar de alterar las mismas.

Capítulo 2

2.Aspectos Metodológicos

2.1 Unidad de análisis y variables

Teniendo en cuenta la problemática de la investigación y lograr así el cumplimiento de los objetivos planteados se ha decidido analizar tanto cuantitativamente como cualitativamente las unidades de análisis.

Se toma como antecedente para la unidad de análisis 2 ""Sistema turístico de la Ciudad de Victoria"" a Mora Barrientos, Clara Marina. Bs As. S/n 2010. Tesis. UAI

Titulo: "Turismo y Planificación: Diagnostico turístico del Municipio de Victoria, Entre Ríos. Una mirada del presente, un aporte a su futuro."

El presente trabajo considera relevante el sistema turístico para poder alcanzar los objetivos planteados.

Se informa que las variables fueron investigadas y actualizadas con la realidad de la ciudad de Victoria en el mes de Septiembre de 2012.

Unidad de análisis 1: Sol Victoria Hotel & Casino.

V: Instalaciones y servicios que tiene el establecimiento

Dimensión

- Estacionamiento propio
- Piscina
- Laundry
- Wi-fi
- Desayuno incluido
- Caja de seguridad
- Tv por cable/ tel en habitaciones
- Aire acondicionado
- Frigo bar
- Restaurant
- Bar
- Salones para eventos
- Casino

- Otros
- Valor: si/no

V: tipo de cliente

Dimensión

- Corporativo
- Familiar
- Otros
- Tercera edad

Unidad de análisis 2: Sistema turístico del Municipio de Victoria, Entre Ríos, en la actualidad.

Esta unidad de análisis se traduce en las siguientes variables que condicen con los diferentes elementos del sistema turístico.

V: Equipos e instalaciones

Dimensión

- Clasificación
- Cantidad de plazas
- Estado de conservación

V: Atractivos

Dimensión

- Clasificación
- Estado de conservación
- Características de interés turístico
- Jerarquía

V: Actividades Turísticas

Dimensión

- Época del año
- Lugar en que se realizan
- Equipo utilizado

V: Demanda turística

Dimensión

- Lugar de procedencia
- Motivación
- Características(sexo, edad, estudios alcanzados)
- Tipo de viaje (placer, negocios)
- Actividades realizadas

- reincidencia

V: Infraestructura

Dimensión

- estado de accesibilidad terrestre
- complejidad sanitaria

V; Superestructura

Dimensión

- autoridad máxima
- categoría
- función
- ámbito de alcance

V: población residente

Dimensión

- características
- beneficios de la actividad turística
- desventajas de la actividad turística

Fuentes primarias y secundarias

Los tipos de fuentes que se utilizan son del tipo primarias y secundarias. Las primeras están constituidas por toda aquella información que recoge el investigador directamente de sus fuentes.

En las ciencias sociales, la medición directa se obtiene, recurriendo a cuestionarios, entrevistas, grupos de discusión, observaciones etc. Vieytes Ruth, metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad, 1 editorial bs as, editorial de las ciencias 2004.

Las secundarias se presentan en documentos de distinto formato producidos por organismos oficiales, instituciones públicas o privadas, consultoras etc., que generan datos permanentemente, los investigan y guardan de diversas maneras.

Primarias

- Información recolectada en la primera visita a la ciudad realizada en Diciembre de 2010. Instrumento utilizado :planilla de observación

- Encuestas a residentes y turistas de la ciudad de Victoria para determinar las causas de la posible apertura del hotel casino.
- Observación del hotel casino y la oferta y demanda de la ciudad de Victoria.
- Entrevistas a informantes clave:
 - Jefe de recepción de Sol Victoria Hotel & Casino
 - Encargado salón de juegos del Casino.

Secundarias

Las fuentes secundarias y bibliográficas consultadas se encuentran en el anexo del presente trabajo

2.3 Técnicas de abordaje de la información

En esta investigación se combinan diferentes herramientas de recolección de información. Dicha recolección y análisis de datos se aborda mediante una metodología cuali-cuantitativa en la ciudad de Victoria, provincia de Entre Ríos en los meses de Enero y Febrero de 2011; fin de semana largo del 17 de Agosto de 2012.

La encuesta es la técnica mas utilizada para este tipo de investigación .Se realizaron dos tipos de encuestas con las características que se detallan a continuación.

- Exploratoria: con el objetivo de dimensionar los problemas que se investigan.
- Personal: para poder interactuar con los encuestados y obtener información adicional.
- Transversal: ya que recopila datos en un momento único.
- Muestra: No probabilística. Los elementos no dependen de la probabilidad sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. El menor número de mediciones es de treinta elementos, para que la investigación sea estadísticamente significativa. "Roberto Sampieri; Metodología de la investigación; Mexico:2010"
- Semiestructurada: preguntas semicerradas con alternativas de respuesta, permitiendo así incorporar información nueva.

Se incluyen también algunas preguntas cerradas y abiertas. Las primeras contienen opciones de respuesta previamente delimitadas. Son más fáciles de analizar y codificar.

Su principal desventaja reside en que al ser limitadas sus respuestas, en ocasiones ninguna de las categorías describe con exactitud lo que las personas tienen en mente.

Las preguntas abiertas proporcionan más información y son útiles cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas de las personas o es insuficiente. Ayudan a profundizar una opinión.

Su principal desventaja es que son difíciles de codificar, clasificar y preparar el análisis. "Roberto Sampieri. Metodología de la investigación. Capítulo 9. México. 2010"

Encuestas a Visitantes

En congruencia con los objetivos planteados en la presente investigación se elaboró este modelo de instrumento.

Su objetivo es conocer las características y comportamiento de los turistas que representan la demanda actual de la ciudad de Victoria.

Encuesta a residentes de la ciudad

Su objetivo es conocer que opinan los habitantes de la ciudad de Victoria, Entre Ríos, en relación a la aparición del Sol Victoria Hotel & Casino. Determinando así beneficios y/o problemas existentes causados en la comunidad.

Entrevistas a informantes clave

Se utiliza esta técnica de recolección de datos para entrevistar a las personas que a criterio del investigador poseen conocimientos especiales sobre el tema a investigar.

Todas las entrevistas fueron del tipo semiestructurada, basadas en el uso de una guía de preguntas. "Se puede conocer la opinión del entrevistado a partir de respuestas a preguntas cerradas, indagar sobre otros aspectos a lo mejor no visibles o que no están

presentes pero que en el momento en que se realiza resultan importantes a tener en cuenta, esto a través de las preguntas abiertas" (Mónica Toyos, Como escribir una tesis en turismo, Bs As, 2009)

Oferta Turística

En este aspecto del sistema turístico se utilizo la técnica de observación, la misma consiste en la:..."percepción de los fenómenos a través de los sentidos" (Mónica Toyos, Como escribir una tesis en turismo, pagina 56, Bs As, 2009)

El tipo de observación es;

- Directa: se refiere a la que el investigador realiza de las unidades de análisis a estudiar.
- Rol no participante: Se mantiene el papel de espectador limitando la acción solo al registro, permitiendo una mayor objetividad.
- De campo
- Individual
- Sistematizada: se encuentran pautados los lugares y aspectos concretos en donde se centrara la atención del observador

2.4 Modelos de instrumentos de recolección de datos

Modelo de encuesta 1: Residentes

1. Sexo: masculino femenino

2. Grupo etario :

20 a 30 años 30 a 40 años
40 a 50 años 50 a 60 años + de 60 años

3. Nivel de estudios

Primario Secundario Terciario/universitario

4. ¿Esta relacionado profesionalmente con el turismo?

Si No

5. ¿Cuánto tiempo hace que vive en la ciudad?

Hasta 5 años 5 a 10 años + de 10 años

6. ¿Le gustan los juegos de azar?

Si No

7. ¿Conoce el Casino de Victoria?

Si No

(Pasa a pregunta 8)

8. ¿Con qué frecuencia lo visita?

1 vez por semana 1 vez por mes
Cada 15 días otros

9. ¿Nota la presencia de mayor cantidad de turistas en la ciudad?

Si No

10. ¿Cuáles de los siguientes cambios noto en la ciudad a partir de la aparición del Sol victoria Hotel & Casino?

- Mayor seguridad
- Mayor inseguridad
- Aumento de la población
- Más oportunidades de empleo
- Mejoras municipales
- Aumento del turismo
- Otros

11. ¿A qué atribuye esos cambios?

Casino ente Victoria -Rosario
 Atractivos Ninguno

Modelo de encuesta 2: Visitantes

1. Sexo: masculino femenino

2. Grupo etario :

20 a 30 años 30 a 40 años
 40 a 50 años 50 a 60 años + de 60 años

3. Nivel de estudios

Primario Secundario Terciario/universitario

4. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

.....

5. ¿Es la primera vez que visita la ciudad?

Si No (pasa a pregunta 6)

6. ¿Con qué frecuencia visita la ciudad?

1 vez al año de 2 a3 veces +de 3 veces

6. ¿Con quien viaja en esta ocasión?

Solo Pareja
 Familia Amigos

7. ¿Cuántos días dura su estadía en la ciudad?

1 día 2-3 días 3-5 días
 5-7 días + 7 días otros

8. ¿Cuál fue su principal motivación para visitar Victoria?

- Visitar familiares y /o amigos
- Trabajo
- Recreación/ocio
- Visitar el Casino
- Otros

9. ¿Conoce el Casino de Victoria?

Si No Pasa a pregunta 11)
(Pasa a pregunta 10)

10. ¿Con qué frecuencia lo visita?

Semanalmente 1 vez por mes
Cada 15 días otros

11. ¿Tiene pensado conocerlo?

Si No

12. ¿Qué actividad turística ha realizado?

.....

13. ¿Regresaría nuevamente a Victoria?

Si No

¿Por qué?.....

Modelo de entrevista1

Jefe de Recepción Sol Victoria Hotel & Casino

Sr: Manuel Roster

Ejes temáticos a tratar:

Turismo en victoria

Casino en Victoria

Demanda (pasada, actual y potencial)

Impactos

Buenas tardes

1. ¿Cuánto tiempo hace que trabaja en el hotel?
2. ¿Tiene estudios en hotelería o turismo?
3. ¿Cuál cree que es la razón del crecimiento turístico en la ciudad?
4. A su criterio.... ¿cuales son las atractivos turísticos de mayor relevancia? Sabe si son los más visitados.
5. ¿Cree que el casino es un atractivo más de la ciudad?
6. Considera que sus huéspedes solo están interesados en los juegos de azar o tienen otra motivación para visitar la ciudad?
7. ¿Cuántas noches promedio se alojan los huéspedes que solo van al casino?
8. ¿Cree que la población residente sufrió algún tipo de impacto en la última década producto de la actividad turística?
9. El complejo Victoria del Agua esta casi concluido. ¿Cree que este nuevo atractivo pueda dar un giro importante al tipo de turista que visita la ciudad?
10. ¿Conoce el City Center Rosario? ¿Que opina de el?
11. ¿Considera que es una gran competencia directa para el Casino victoria?

12. ¿Podría decir que el Casino es un potencial producto turístico?
¿Por qué?

Modelo de entrevista 2

Encargado salón casino Victoria

Sr. Héctor Cruz

Ejes temáticos a tratar:

Turismo en victoria

Casino en Victoria

Demanda (pasada, actual y potencial)

Impactos

Buenas tardes

1. ¿Cuánto tiempo hace que trabaja en el Casino Victoria?
2. ¿Qué tipo de cliente disfruta de los juegos de azar?
3. ¿Son en su mayoría turistas o residentes?
4. ¿Considera que el Casino favoreció el crecimiento de Victoria?
¿En qué aspectos?
5. ¿Conoce el City Center Rosario? ¿Qué opina de su apertura?
6. ¿Podría decir que el Casino es un potencial producto turístico?
¿Por qué?
7. ¿Qué opina de la ludopatía?
8. ¿Qué opina del proyecto de ley que prohibirá que haya cajeros automáticos en o cerca de los casinos?
9. ¿Qué opina sobre el proyecto de ley que intenta regular los juegos de azar por internet?
10. ¿Por qué cree que esta aumentando tanto el juego en el país?
11. ¿Cree que la ciudad se desarrollo económicamente en los últimos años? ¿Fue debido al Casino...?

Muchas gracias

Modelo de fichas de observación:

| | |
|--|--|
| <p>Atractivo "Abadía del Niño Dios"</p> <p>Categoría: Tipo: Jerarquía:</p> |  |
| <p>Ubicación:</p> <p>Accesibilidad:</p> <p>Estado de conservación:</p> <p>Observaciones:</p> | |

PARTE II

Desarrollo de la investigación

Capítulo 3

3 Marco Referencial de la ciudad de Victoria

La ciudad de Victoria se encuentra ubicada al suroeste de la provincia de Entre Ríos.

La provincia limita al norte con la provincia de Corrientes, al oeste y sudoeste con Santa Fe, al sur con Buenos Aires y al este con la República Oriental del Uruguay. Como su nombre lo indica la provincia se encuentra rodeada por los ríos Paraná y Uruguay. Estos dos límites naturales definen el carácter de la región; incidiendo en el clima, la flora y fauna, y los paisajes característicos del litoral argentino.



Ciudad de Victoria

Fuente: www.victoria.global.com.ar



Mapa hidrográfico de Entre Ríos
 Fuente: www.mapadeentrieros.com

La provincia de Entre Ríos posee 17 divisiones o departamentos político administrativas , siendo victoria una de ellas.

El departamento se encuentra dividido en 9 distritos,el cual a su vez se divide en dos sectores:

- Parte insular de 4.248 km²,aproximadamente el 60 % de su territorio,llamado "delta fluvial superior"
- Parte continental de 2.251 Km².

La ciudad es cabecera del departamento.Es conocida tambien por ciudad de las siete colinas ya que se encuentran enclavada entre ellas,brindando paisajes privilegiados.

Según el Censo nacional de población y hogares 2010, Victoria es la ciudad que más creció en la provincia. Se calcula un 20 % más con respecto al censo anterior del año 2003.

La población asciende a 40.000 habitantes, de los cuales aproximadamente 32.000 viven en la ciudad.¹¹



Accesos a Victoria

Fuente: www.turismoentrerios.com

Clima

La región presenta una transición entre el clima subtropical y el templado con abundantes precipitaciones anuales.

La parte subtropical abarca los departamentos de Federación, Feliciano y norte de La Paz con temperaturas promedio estivales de 26° C e inviernos suaves.

En el resto de la provincia las temperaturas oscilan entre los 10°C y los 16°C.

¹¹unoentrerios.com.ar

En la región subtropical las precipitaciones superan los 1.000 mm anuales, los vientos provienen del norte y este; en los demás departamentos las lluvias son inferiores a los 1.000 mm, los vientos soplan del sur, sureste y el Pampero.

Fauna

La fauna del lugar se encuentra protegida naturalmente de la depredación por los ríos que rodean a la provincia, así como por la reglamentación de caza y pesca de diversas especies.

Entre los mamíferos hay carpinchos, hurones, zorros del monte, lauchas, mulitas, peludos y comadrejas.

Existen más de doscientas especies de peces como el surubí, pati, dorado, sardinas, sábalo.

Las aves se encuentran en su mayoría en lagos, ríos y arroyos, entre ellas zancudos, cigüeñas, garza mora. En la familia de los palmípedos viven patos y cisnes.

También hay reptiles como los yacarés, iguanas y lagartijas.

Entre los pájaros más comunes se encuentran los pirindos, los cardenales, el Martín pescador y los carpinteros.

Flora

La vegetación esta formada por especies como el ñandubay, algarroba, chañar, tala, lapacho.

En el delta del Paraná se encuentran los montes blancos formados por especies como el sauce criollo, el colorado o el de la costa; álamo criollo, ceibos y laureles.

El Monte Ombúes ubicado al pie del Cerro de La Matanza, en la ciudad de Victoria, es una formación boscosa que constituye una rareza botánica debido a que el ombú es una hierba gigante, no un árbol, que siempre crece en forma aislada.



Monte Ombúes

Fuente: www.welcomeargentina.com

La flora acuática está presente en ríos y lagunas, se encuentran especies de irupé, camalotes y achiras.

Actividad Económica

❖ *Economía*

La provincia de Entre Ríos concentra en cuatro sectores el 80% de la producción provincial. La actividad agropecuaria aporta el 21%, la industria Manufacturera el 18%, el comercio el 22% y los Servicios Comunales y Personales el 19%. Dentro de la actividad primaria, se destaca el sector pecuario¹² que en 1992 aportó el 63% del valor bruto de la producción agropecuaria.

Entre Ríos es el principal productor de arroz del país. La franja arrocería se extiende desde el noroeste hasta el centro de la Provincia. Cabe destacar que las ventas externas de arroz registraron un fuerte crecimiento en los últimos años.

¹²Pertenciente o relativo al ganado ((vacas, caballos, ovejas, puercos o cabras) y otras especies de animales (abejas, aves y cultivo de peces y crustáceos) que se crían para consumo humano y producción de derivados para la industria.

Es la segunda provincia productora de cítricos en la Argentina. Un 23.1% de la producción se destina a la industrialización, un 61.7% al mercado interno y un 15.2% a la exportación.

Entre Ríos produce trigo, sorgo, lino, soja y girasol, en una superficie total de aproximadamente 250 mil hectáreas. Durante 1996 se cosecharon 579.217 toneladas. En los últimos años la evolución del cultivo de soja ha sido muy favorable, particularmente a partir de la rotación con trigo, alcanzando en 1995 una superficie cosechada de 104.300 hectáreas y un volumen de 222.400 toneladas.

La producción de aves evisceradas durante 2004 fue de 126 millones de unidades, por un valor de 376 millones de pesos. La producción se desarrolla principalmente en la cuenca Paraná. La industria participa con el 4.5% del total nacional y el 7% de las exportaciones principalmente a Brasil, Paraguay y Bolivia.

La provincia produce miel y otros productos y subproductos de colmenas tales como, cera, polen, jalea real y propóleos. El número de productores se estima en 2.500 con 250.000 colmenas. La provincia de Entre Ríos cuenta con 200 mil hectáreas de bosques naturales.

La explotación de los recursos forestales, es una actividad en crecimiento, se esta desarrollando una industria derivada, fundamentalmente de productos químicos, goma y cajas de papel y cartón destinadas a la exportación con los rollizos de eucaliptos y de madera para trituración.

❖ Industrias

Según el Centro Nacional Económico de 2004, la provincia cuenta con 2093 locales manufactureros. Entre las actividades más importantes se destaca la elaboración de alimentos y bebidas, que representa el 58% del Valor Agregado Bruto, y absorbe el 60% de las puestos de trabajo ocupados en el sector industrial.

Entre las agroindustrias, se destaca la faena de ganado bovino y la producción láctea; esta última se procesa totalmente en la provincia en 60 plantas industriales.

Las tres actividades relacionadas con la industrialización de cereales y oleaginosas son: la molinera, la aceitera, y la elaboradora de alimentos balanceados. Esta provincia participa con el 37% de la producción nacional de carne aviar y con el 25% de huevos para consumo.

También se destaca entre las principales actividades de la provincia: papel, y productos de papel, procesado de frutas, productos de panificación, y molienda de trigo.

❖ Minería

Entre Ríos produce el 9.1% del valor de la producción de minerales no metalíferos extraídos en el país, ocupando el segundo lugar, detrás de Buenos Aires.

Transporte e Infraestructura

La provincia posee 2491 kilómetros de ruta pavimentada, siendo las principales rutas, la Ruta Nacional N°14 y las Provinciales N° 11, 14 y 18.

Entre Ríos cuenta con grandes nexos que la vinculan e integran a nivel nacional e internacional:

- Túnel Subfluvial Hernandarias, que la comunica con la Provincia de Santa Fe.



Fuente: www.google.es

- Complejo Ferroviario Zarate - Brazo Largo que la vincula con la provincia de Buenos Aires.



Fuente: www.turismoentrerios.com

- Puentes internacionales José Artigas, Libertador Gral. San Martín y la Represa de Salto Grande que la conectan con La República Oriental del Uruguay.



Puente internacional Gral Artigas. Fuente: www.eswikipedia.org

- Puente Nuestra Señora del Rosario que une las ciudades de Victoria y Rosario.

Esta arteria es sin duda la más importante en materia de comunicación. La obra está ubicada en el Valle del Río Paraná, se inició en la década de 1990 y fue terminada en el año 2003.



Puente Nuestra Señora del Rosario. Fuente: www.google.es

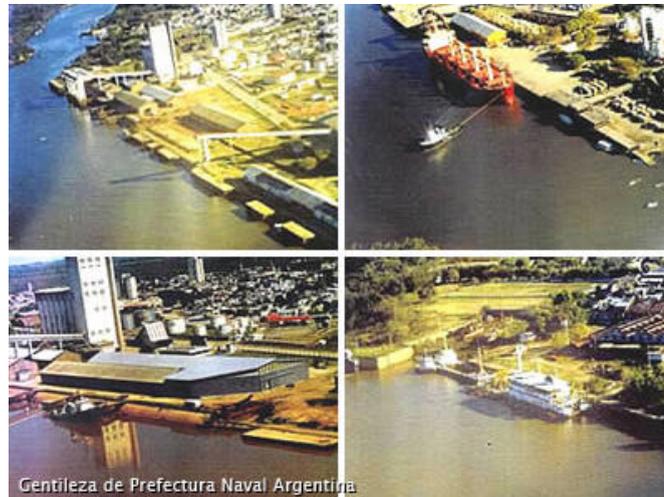
La provincia tiene en la ciudad de Paraná el aeropuerto Justo José de Urquiza.

La red ferroviaria es de 1266 Km. Y comunica a Entre Ríos con Corrientes y Uruguay. Cuenta con servicio de carga en toda la Mesopotamia, concesionado a operadores privados.

La provincia de Entre Ríos cuenta con tres puertos fluvio-marítimos importantes:

- Puerto Ibicuy: es el de mayor importancia. ubicado sobre el río Paraná, a la altura del Km. 180. Tiene un calado natural de 32 pies, lo que posibilita el atraque de cualquier tipo de buque que las cargas pasen de los camiones, las barcazas o los vagones directamente a los buques, sin transbordos.
- Puerto de Concepción del Uruguay: Es el único puerto argentino sobre el río Uruguay, situado en el corredor del MERCOSUR, con accesos directos desde la Ruta Nacional 14 y a una red ferroviaria que abarca la Mesopotamia y países limítrofes. Tiene un calado de 25 pies, contando con exportaciones anuales aproximadas a las 813 mil toneladas de rollizos de eucalipto, arroz y soja.
- Puerto Diamante: se encuentra sobre las elevadas barrancas del río Paraná, con un calado de 29 pies En los últimos años incrementó su actividad y cambió el predominio de los embarques de madera por los de cereales y trabaja más de 870.000 toneladas anuales de maíz, soja y trigo. También se

modificaron los destinos: ya no exporta como antes a EuropaAsia, sino a Brasil y África.



Puerto de concepción del Uruguay. Fuente:www.mapaaduanero.com

Medios de comunicación

Victoria cuenta con diversos medios de comunicación:

- Periódicos:
 - Diario *La Mañana*
 - Semanario *Nueva Generación*
 - Semanario *La Semana*
 - Semanario *Paralelo 32*
 - Semanario *D24 deportivo*
 - Mensuario *La Victoria*
- Diarios Digitales
 - Victoria Digital de Marcelo Yasín
 - Victoriaya.com
 - Victoria Primicias de Sebastián Firpo
 - LT 39 Noticias
 - Diario Victoria de Roberto Caminos
 - La página de noticias de Paralelo 32
 - La página de deportes de la ciudad
- Webs turísticas
 - <http://www.victoriaglobal.com.ar/>
 - <http://www.victoriareervas.com.ar/>
 - <http://www.victoriaentrerios.com/>

- Televisión por cable:
 - *Victoria TV - Canal 2*
- Radios Amplitud Modulada:
 - LT 39 Radio Victoria AM 980
- Radios Frecuencia Modulada
 - FM 90.3 Victoria
 - Radio Libertad 92.1
 - Radio San Cayetano 94.1
 - El Sol 95.1
 - La red Victoria 96.9
 - Radio Chana 100.5
 - Radio Puente 101.3

Educación

Victoria tiene 54 escuelas ,9 en la ciudad, 11 en las islas. Pertenecen a la zona rural 27. No hay universidad.

Salud

La ciudad tiene dos hospitales:

- El Hospital F. Zalaberryes un establecimiento de mediana complejidad que cuenta con una moderna infraestructura, equipamiento de primer nivel y un equipo de salud de excelencia.

Se destaca en la comunidad el servicio pensionado, servicio de UTI y el recién inaugurado servicio de cirugía infantil.

Fue construido en 1913 y remodelado con el correr de los años.

- Hospital Geriátrico Domingo S Cuneo

Energía Eléctrica

La central hidroeléctrica de Salto Grande de administración binacional (Argentina - Uruguay), produce el 99.9% de la energía generada con una potencia instalada de 1.418.000 KW., con un suministro total de 5.444.000 MWH, de los cuales correspondió a la Argentina casi el 60%, participando con un 40% de la comercialización en el mercado nacional.

Alojamiento

Según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de la Secretaría de Turismo de la Nación, la ciudad tiene 208 establecimientos o sea 11400 plazas distribuidas entre hoteles (de 1 a 5 estrellas.) Y para hoteles (hosterías, residencias, estancias rurales, cabañas, moteles)

3.1 Reseña Histórica

Los primeros habitantes fueron las tribus que poblaban el territorio entrerriano: los Chanas-charrúas y los guaraníes.

Ambas tribus eran nómadas y estaban gobernadas por un cacique. Carecían de sentimientos religiosos y obedecían al hechicero quien alejaba los males y curaba las enfermedades.

No existen importantes vestigios ya que no construían casa, sino chozas transportables. Como alfareros fueron muy rudimentarios.

Fueron extinguidos por no someterse ni a los conquistadores ni a los misioneros, luego de dos siglos de historia en la región.

El primer nombre con el que fue conocida la actual ciudad de Victoria fue "La Matanza", cuyo nombre habría sido tomado del arroyo La Matanza. Llamado así debido al sangriento combate de 1749 entre tribus charrúas y tropas del Gobernador de Santa Fe, Don

Francisco Antonio Vera Y Mujica; en el cual los aborígenes fueron derrotados.

La Matanza fue el lugar elegido por los primeros habitantes de la zona.

El 30 de marzo de 1810 se libra un oficio, pero la Revolución de Mayo impidió que llegara a termino, aun así, sin fecha de fundación los vecinos se reunieron por su propia voluntad en el Oratorio (1809).

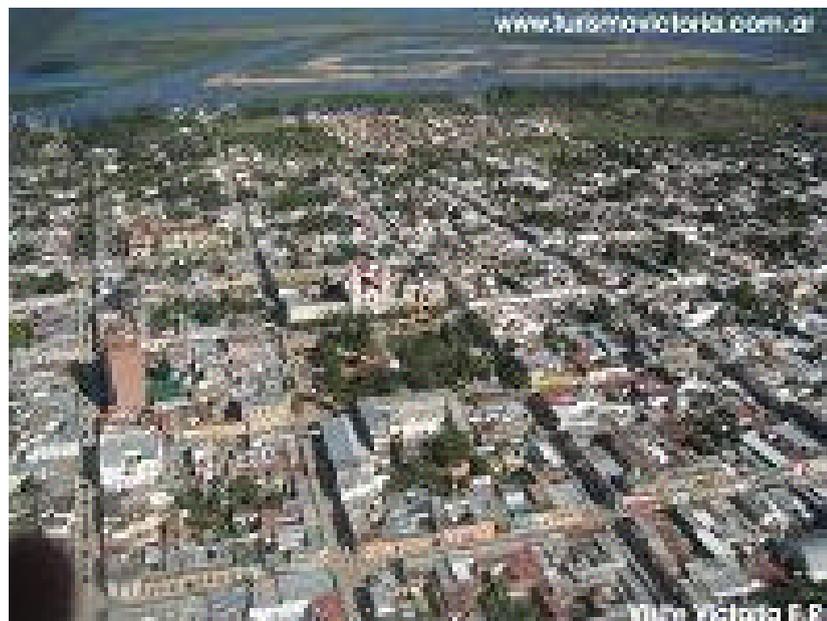
En 1826 el pueblo fue elevado a la categoría de Villa.

Durante los periodos de guerra los pueblos eran visitados por grupos errantes que buscaban un lugar en donde vivir. A partir de entonces la Villa de La Matanza tuvo un crecimiento sostenido favorecido por la inmigración y el comercio.

El 31 de octubre de 1829, el Gobernados Sola nombro a la villa "Victoria", no hay argumentos que indiquen el motivo.

El General Urquiza elevo la villa a categoría de ciudad en 1851.

Su diseño respeta las Leyes de Indias¹³ como toda ciudad colonial; con cuatro calles anchas (hoy bulevares) que encierran el ejido¹⁴ y calles transversales que se cruzan en ángulo recto formando las manzanas.



Ciudad de Victoria

¹³ Normativa para el trazado de calles en las ciudades.

¹⁴ Porción de tierra, de uso público. Propiedad del Estado o de los municipios.

3.2 Relevamiento del sistema turístico de la Ciudad de Victoria

Como se menciona con anterioridad, se toma como antecedente la tesis realizada por Mora Barrientos, Clara Marina. Bs As. S/n 2010.

Título: "Turismo y Planificación: Diagnostico turístico del Municipio de Victoria, Entre Ríos. Una mirada del presente, un aporte a su futuro."

En la presente investigación solo se han actualizado y/o corregido los componentes del sistema turístico que así lo ameriten, ya que la tesis mencionada como antecedente fue realizada en el año 2010.

3.2.1 Atractivos

| | |
|--|---|
| <p>Atractivo</p> <p>“Victoria del Agua” Parque Acuático Termal</p> <p>Categoría:sitios naturales Tipo:termas Jerarquía:3</p> |  |
| <p>Ubicación: Ruta 11,sobre la rívera oeste del río Paraná, a 5 km de la ciudad.</p> <p>Accesibilidad:optima, la entrada al parque se encuentra pavimentada y bien señalizada.</p> <p>Estado de conservación:optimo, inaugurado recientemente.</p> <p>Observaciones:tiene visitas guiadas y excelentes servicios al cliente. Es el parque temático termal más extenso de Sudamérica.</p> |  |

Atractivo

“Rio Paraná” (curso inferior)

Categoría: sitios naturales

Tipo: Ríos

Jerarquía: 3



Ubicación: se extiende por 298 Km, desde la ciudad de Diamante hasta su desembocadura en el Rio de la Plata.

Estado de conservación: deficiente

Observaciones: permite circular embarcaciones de pequeño porte. Las playas de la ciudad son aptas para bañarse.

El puerto se encuentra en la zona suburbana, es de uso comercial y no turístico.



Atractivo

"Abadía del Niño Dios"

Categoría:Folklore

Tipo:Manifestaciones religiosas y creencias populares

Jerarquía:3



Ubicación: Ruta 11, a 3 km de la ciudad.

Interés turístico: Primer monasterio de Monjes benedictinos de Hispanoamérica. Centro de peregrinaje. "El Monacal" "productos artesanales derivados de la miel y licores.

Accesibilidad:aceptable, camino de asfalto, bien señalizada

Estado de conservación:optimo, pintura y limpieza excelente.

Observaciones:tiene visitas guiadas a partir de las 10 am, sanitarios, estacionamiento, casa de retiro y venta de productos típicos.



| | |
|---|--|
| <p>Atractivo</p> <p>“Cerro La Matanza”</p> <p>Categoría:Museos y Manifestaciones culturales e históricas</p> <p>Tipo: Lugares Históricos</p> <p>Jerarquía:1</p> |  |
| <p>Ubicación: Ruta 11, pasando La Abadía del Niño Dios</p> <p>Interés turístico: escenario de una cruenta batalla entre los indígenas que vivían en la región y los españoles.</p> <p>Accesibilidad:deficiente, camino de tierra sin señalización. Malezas altas.</p> <p>Estado de conservación:deficiente, cartelera informativa en mal estado.</p> <p>Observaciones:no posee ningún servicio al visitante, ni visitas guiadas.</p> | |

| | |
|--|---|
| <p>Atractivo</p> <p>“Palacio Municipal”</p> <p>Categoría:Museos y Manifestaciones culturales e históricas</p> <p>Tipo:Lugares Históricos-Obras de arte y técnica</p> <p>Jerarquía:1</p> |  |
| <p>Ubicación: entre las calles F Ezpeleta y Sarmiento.</p> <p>Interés turístico: sede del Consejo Deliberante.</p> <p>Accesibilidad:optima. Frente a la plaza principal.</p> <p>Estado de conservación:aceptable</p> <p>Observaciones:no posee visitas guiadas, Cerrado al público los fines de semana.</p> |  |

Atractivo

“Nuevo Banco de Entre Ríos”

Categoría: Museos y Manifestaciones culturales e históricas

Tipo: Lugares Históricos-Obras de arte y técnica

Jerarquía: 1



Ubicación: Congreso 449.

Interés turístico: fue construido en el siglo XIX para funcionar como hotel. Pero solo funciono la confitería El Águila. Presenta un balcón corrido que es único en la ciudad. Hoy funciona como restaurante/pub.

Accesibilidad: óptima.

Estado de conservación: óptimo, fue refaccionado en su totalidad.

Observaciones: no posee visitas guiadas,



| | |
|---|---|
| <p>Atractivo</p> <p>“Museo Histórico Carlos Anadón”</p> <p>Categoría:Museos y Manifestaciones culturales históricas</p> <p>Tipo:Museos</p> <p>Jerarquía:1</p> |  |
| <p>Ubicación: Avenida congreso N° 593</p> <p>Interés turístico: recorre la historia de la ciudad. Se exhiben muestras de arqueología y elementos de la vida cotidiana de la ciudad en distintas épocas.</p> <p>Estado de conservación:aceptable</p> <p>Observaciones:visitas de martes a domingos. Se paga un bono contribución a voluntad.</p> |  |

| | |
|--|---|
| <p>Atractivo</p> <p>“Museo del OVNI”</p> <p>Categoría: Museos y Manifestaciones culturales históricas</p> <p>Tipo: Museos</p> <p>Jerarquía: 1</p> |  |
| <p>Ubicación: Sarmiento 526</p> <p>Interés turístico: A comienzo de la década del 90 varios avistamientos en el lugar hicieron que la prensa nacional e internacional se interesara en los testimonios victorienses. Filmaciones y fotografías de OVNIS</p> <p>Accesibilidad: óptima.</p> <p>Estado de conservación: aceptable</p> <p>Observaciones: se puede visitar de Marzo a Noviembre, los viernes, sábados y domingos. De diciembre a marzo de martes a domingos.</p> |  |

| | |
|---|---|
| <p>Atractivo</p> <p>“Casona del Carnaval”</p> <p>Categoría: Museos y Manifestaciones culturales históricas</p> <p>Tipo: Museos</p> <p>Jerarquía: 1</p> |  <p>Comparsa Amores</p> |
| <p>Ubicación: Rawson y Presidente Perón.</p> <p>Interés turístico: en esta casona se confeccionaban los trajes por largo tiempo. Se pueden observar vestuarios de la comparsa Amores, una de la más prestigiosa de la ciudad.</p> <p>Estado de conservación: aceptable</p> <p>Observaciones: se puede visitar sábados, domingos y feriados.</p> |   |

Atractivo

“Quinto Cuartel”

Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas.

Tipo: lugares históricos

Jerarquía: 2



Ubicación: inmediaciones de los Bulevares Moreno Y Brown.

Interés turístico: primer centro poblacional, Hacia el año 1800 llegaron los primeros habitantes, en su mayoría genoveses y vascos.

Accesibilidad: óptima, calles pavimentadas. Los carteles orientativos son deficientes.

Estado de conservación: deficiente .Estado de abandono.

Observaciones: no hay servicios al visitante



Atractivo

“Reserva ecológica Monte de los Ombúes”

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Parques Nacionales y reservas de flora y fauna.

Jerarquía: 1



Ubicación: al pie de Cerro Matanza.

Interés turístico: rareza ecológica, ya que el ombú es una maleza que se caracteriza por crecer siempre en soledad.

Accesibilidad: deficiente, camino de tierra.

Estado de conservación: deficiente. Estado de abandono.

Observaciones: no hay servicios al visitante, no hay guías. Los carteles indicativos se encuentran en total abandono.(oxidados)



Atractivo

“El viejo Molino”

Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas.

Tipo: Lugares históricos.

Jerarquía: 1



Restos del viejo molino

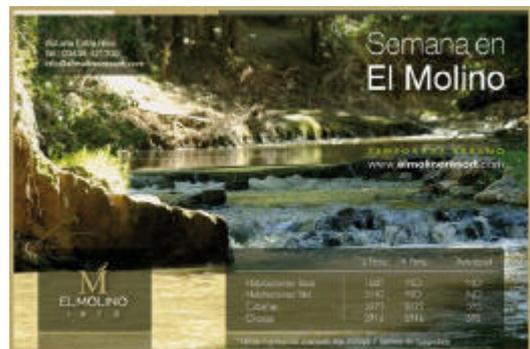
Ubicación: Ruta 11, Km 112,500

Interés turístico: en 1873 fue inaugurado como molino hidráulico. Hoy es un lujoso hotel conocido como Complejo El Molino.

Accesibilidad: aceptable. Acceso sobre asfalto.

Estado de conservación: optimo.

Observaciones: restaurante, no hay visitas guiadas.



Atractivo

“Club Trabajo Y Placer”

Categoría: Museos y manifestaciones culturales históricas.

Tipo: Lugares históricos. Obra de arte y técnica.

Jerarquía: 1



Ubicación: Congreso 429. Frente a la plaza.

Interés turístico: su arquitectura, la antigüedad de la casona
Menú realizado en base a la pesca del día.

Accesibilidad: óptima.

Estado de conservación: aceptable en su fachada. Interiores descuidados.

Observaciones: restaurante, con comida típica basa su carta en el pescado. No hay visitas guiadas, ni sanitarios.



| | |
|--|---|
| <p>Atractivo</p> <p>"Carnaval de Victoria"</p> <p>Categoría: Acontecimientos programados</p> <p>Tipo: Carnavales</p> <p>Jerarquía: 3</p> |  |
| <p>Ubicación: Cordodromo, zona de la vieja estación.</p> <p>Interés turístico: capital provincial del carnaval desde 1970</p> <p>Observaciones: se realiza los fines de semana de Enero y Febrero, entrada arancelada. Concurren espectadores a nivel nacional.</p> |  |

Atractivo

“Festival de Jineteada y Folklore”

Categoría: Folklore

Tipo: Manifestaciones religiosas y creencias populares

Jerarquía: 1



Ubicación: Prado Español

Interés turístico: evento gauchesco de singular atractivo.

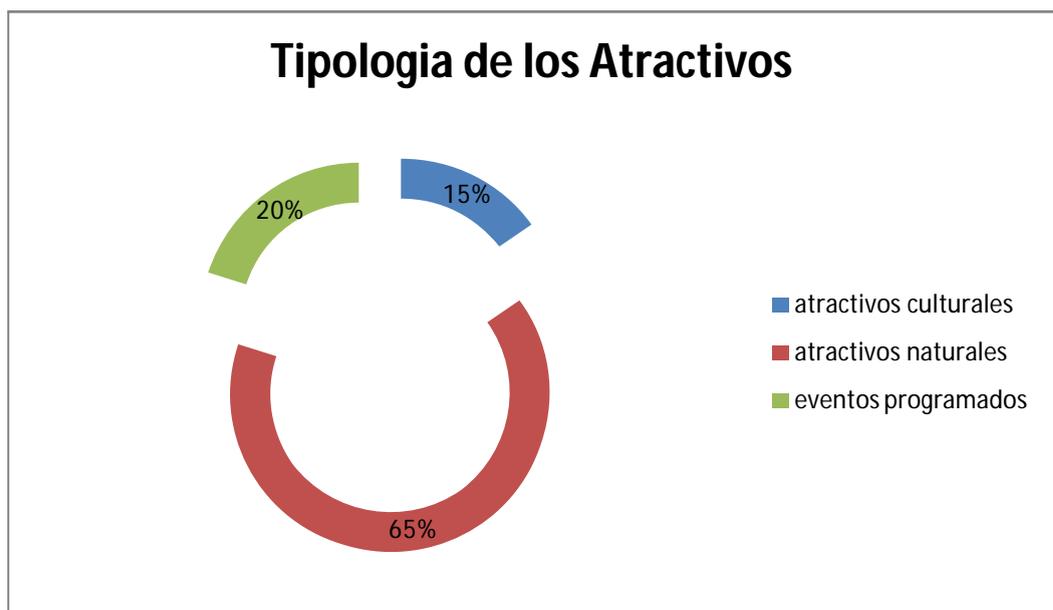
Observaciones: se realiza en el mes de Marzo, entrada arancelada. Los espectadores que concurren son del interior de la provincia.





Plano de la ciudad. Fuente Victoria Global.

3.2.2 Análisis de atractivos



En cuanto a la tipología de los atractivos turísticos en Victoria, el entorno natural es el más importante.

Los mismos poseen la jerarquía suficiente para atraer tanto al turismo nacional como internacional.

Actualmente el río es el atractivo natural más explotado. Aunque el recurso termal "Victoria del Agua" está posicionándose cada vez mejor dentro de estos.

Complementando la oferta se encuentra el Monte Ombúes por su rareza botánica.

El turismo rural está desarrollándose lentamente, hay cascos de estancias y casas de campo que ofrecen sus instalaciones para este tipo de turismo.

Existen nuevos emprendimientos que intentan revitalizar la producción vitivinícola victoriense, para lograr un nuevo atractivo ya que los turistas no esperan encontrar viñedos en Entre Ríos.

El atractivo cultural no es de gran relevancia, es solo un complemento que permite a Victoria la diversidad de productos turísticos para satisfacer las preferencias del mercado.

El estado de conservación de los atractivos naturales y su accesibilidad son prácticamente inexistentes. No poseen servicios al visitante.

Sin embargo los culturales presentan en su mayoría un estado de conservación óptimo con buena accesibilidad.

El Municipio necesita revalorizar y restaurar sus atractivos turísticos.

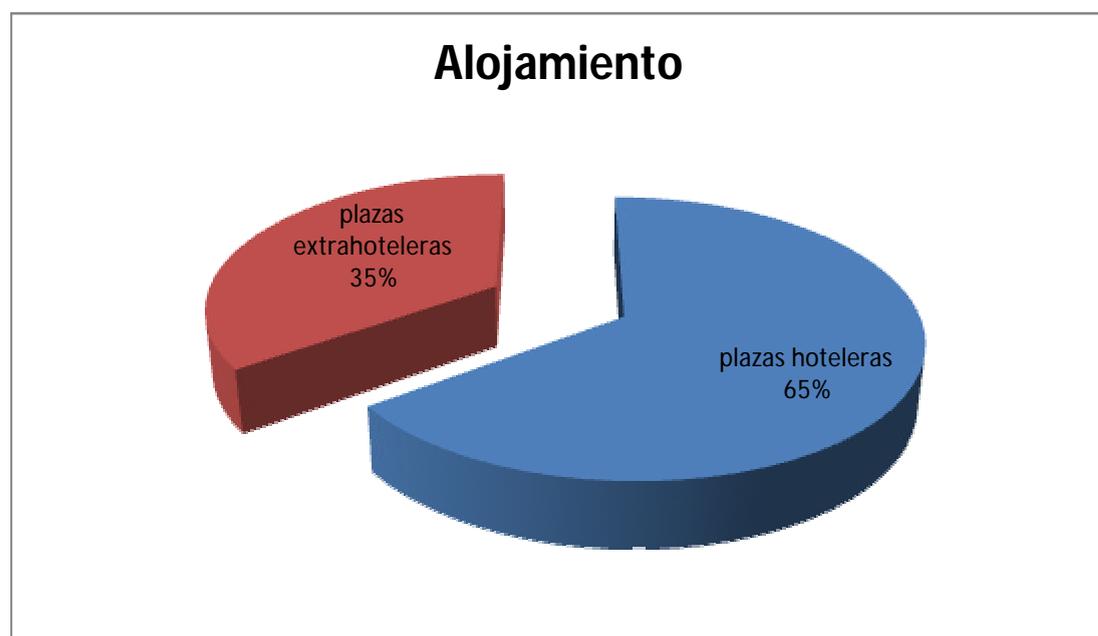
3.2.3 Relevamiento y Análisis de la demanda

No se analizará la demanda realizada mediante encuestas a turistas y / o excursionistas por la autora Mora Barrientos, Clara, autora del "Diagnóstico Turístico de Victoria- Entre Ríos" que como se mencionó con anterioridad se toma como antecedente para analizar el sistema turístico, debido a que será analizado en el subcapítulo 4.2.1 página 103 de la presente investigación.

3.2.4 Relevamiento y análisis del Alojamiento

En base al antecedente “Diagnostico Turístico de victoria- Entre Ríos”, el municipio cuenta con 2200 plazas hoteleras, de las cuales 750 corresponden al alojamiento extra hotelero.¹⁵

No se contabilizaron las plazas del Complejo Victoria Del Agua, por no estar finalizada la obra.



Fuente: antecedente “Diagnóstico Turístico de victoria- Entre Ríos”

El tipo de alojamiento es variado en cuanto a categoría, estilo y precios. Desde hoteles de 1 a 5 estrellas, hoteles boutique¹⁶, apart hotel, bungalows etc.

En su libro Martín Lima. Industria Turística Victoriense 1997-2007. destaca que el número de turistas ha ido aumentando en los últimos años y la preferencia es el alojamiento en hoteles, siguiéndole en segundo lugar el alojamiento de tipo rural; que actualmente está asociado al turismo internacional que visita Victoria motivados por la caza y pesca en su zona litoral.

¹⁵ Albergues, cabañas, bungalows, hosterías, residenciales, campamentos.

¹⁶ Hotel lujoso, con pocas habitaciones y atención personalizada.

La creciente demanda de alojamiento hizo que dueños de casas empezaran a construir pequeños ambientes destinados al alquiler temporario. Los mismos no están amparados por la ley provincial 7360 y ley provincial 7305, decreto 3024/83.^{18'}

Y no se encuentran homologados como alojamiento turístico.

Según fuentes de ENVITUR el porcentaje de ocupación de 2011 fue en temporada alta del 90% y del 60 % en la baja .Esto refleja que la ciudad se encuentra al límite de su ocupación y que satisface a la demanda sin necesidad de derivar turistas a otras ciudades.

3.2.5 Restauración

Históricamente la cocina se caracterizo por sus productos de rio, herencia de la raíz europea de sus habitantes.

Recién en los últimos años debido al creciente flujo turístico se han incorporado platos de autor y cocina gourmet.

La ciudad ofrece solo tres lugares de excelencia en calidad de productos y servicios:

- La Delfina Restaurante. Dentro del Sol Victoria Hotel & Casino.
- La Cascada Restaurante (cava propia) .Dentro del Complejo El Molino.
- Fontanarrosa Asador Criollo. Frente al Sol Victoria Hotel & Casino.

Se completa la oferta gastronómica con cinco establecimientos denominados "comedores típicos" con calidad de productos y servicio regular.

3.2.6 Esparcimiento

Las agencias de viaje de la ciudad se dedican en su mayoría al turismo emisor¹⁷ y no al receptivo¹⁸.No se ofrecen servicios de city tour en los hoteles ni agencias y no cuentan con guía propio, sino que los mismos trabajan por su cuenta y de forma eventual.

¹⁷ Residentes de la propia ciudad o país que se dirigen a otras ciudades dentro o fuera del país de residencia. OMT (1998)

¹⁸ No residentes procedentes del mismo país o de países foráneos. OMT (1998)

^{18'} Ver anexos

La ciudad no tiene cines ni teatros. No existe esparcimiento para niños, todas las actividades se realizan al aire libre, por lo que los días de mal tiempo no hay ninguna otra alternativa.

3.2.7 Instalaciones

El estado de conservación de las instalaciones municipales, en especial el Balneario Municipal se encuentra muy deteriorado por la crecida del Rio Paraná en 2009, pero hasta la actualidad no se han realizado mejoras.

El estado de conservación del Puerto es deficiente y en total abandono.

Las instalaciones privadas como: Marinas-El Solar de Victoria y Victoria Golf Club se encuentran en óptimas condiciones.

El Aero club Victoria ubicado en los suburbios norte de la ciudad, recientemente recibió apoyo monetario de la comuna ya posee una pista de aterrizaje no pavimentada¹⁹

3.2.8 Actividades turísticas

Una de las actividades de mayor relevancia es la pesca deportiva con trascendencia a nivel nacional. Se pescan sábalos, bagres, bogas, dorado, pejerrey, surubí.

Las actividades que ofrece Victoria están en su mayoría relacionadas con la naturaleza, mencionamos:

- Birdwatching
- Safari fotográfico
- Paseos en embarcaciones
- Caza menor (pato, perdiz, paloma)
- Deportes náuticos (canotaje, jet sky, remo, wind surf,)
- Observación de flora y fauna

¹⁹Ver artículo periodístico en Anexos.

Existe una gran deficiencia del sistema turístico al no ofrecer actividades culturales y su difusión.

3.2.9 Relevamiento y análisis de la infraestructura

Las carreteras se encuentran en perfecto estado de conservación.

La terminal de ómnibus ubicada entre las calles Alen y Junín, es de fácil acceso peatonal hacia el centro comercial y el radio de influencia a los principales establecimientos de alojamiento de la ciudad. Posee una pequeña despensa, los sanitarios están abiertos y en excelentes condiciones las 24 horas.

La ciudad cuenta con un servicio de tres frecuencias diarias a Buenos Aires; y una sola salida diaria hacia las ciudades de Paraná, Rincón del Nogoyá, Rosario, San Nicolás y Gualaguaychu.

El servicio urbano local es de lunes a viernes con una frecuencia de una unidad por hora. Los sábados solo circula una unidad cada dos horas y los domingos no hay servicio.

Los centros asistenciales de salud son insuficientes, sobre todo en temporada alta. El nivel de complejidad es mediana, no cuentan con aparatos especializados en diagnóstico por imágenes.

Los centros son:

- Hospital Municipal
- Hospital Geriátrico Cuneo.
- Salas municipales
- Policlínico Victoria (privado)

3.2.10 Relevamiento y Análisis de la Superestructura

Superestructura conceptual

El Municipio de Victoria se encuentra afectado por las siguientes leyes provinciales:

Ley 7360, decreto ley 7205, decreto 3024/83.²⁰

Beneficia al sector hotelero, su objetivo es crear un registro hotelero provincial y la homologación de los establecimientos, la autoridad de aplicación es la secretaria de turismo de Entre Ríos.

²⁰ www.ahgconcordia.com.ar/RES_ALOJAMIENTO/TURISMO.
www.turismoentrerios.com/subsecretaria/reglamentos

- Decreto 3025/83²¹
Beneficia al sector gastronómico. Su objetivo es la reglamentación y categorización de restaurantes y establecimientos afines, creación de un registro. La autoridad de aplicación es la Dirección de Turismo, dependiente de la subsecretaría de promoción y asistencia a la comunidad.
- Ley 9678²²
Su alcance es en la provincia de Entre Ríos y áreas de explotación termal. Su objetivo es la creación de un registro de la actividad termal provincial. La autoridad de aplicación es el Ente Regulador Termal de la Provincia De Entre Ríos. (ERRTER)

- Ley 9714²³
Corrige a la ley 9678. Su objetivo es la creación del Fondo para la Conservación del Recurso Termal del agua, el suelo y ambiente. La autoridad de aplicación es ERRTER.

Superestructura Organizacional

Las principales organizaciones de victoria son:

- Oficina de Turismo Municipal. Su función es regular y promocionar la actividad turística municipal, su alcance es a nivel municipal.
- Subsecretaría de Turismo de Entre Ríos, su función es regular y promocionar la actividad turística, Su alcance es a nivel provincial.
- Ente Victoria turismo (ENVITUR). Su función es la promoción y capacitación turística municipal, obviamente el alcance es municipal.
- Ente Regulador de Recursos Termales de la Provincia de Entre Ríos (ERRTER) su función es regular los recursos termales, su alcance es a nivel provincial.

²¹ www.turismoentrerios.com/subsecretaria-reglamento-restaurant.htm

²² www.entrierios.gov.ar/termas/userfiles/file/.../ley_9678.pdf
www.errter.gov.ar/b2/?page_id=3412

²³ www.errter.gov.ar/b2/?page_id=3416

Capítulo 4

4 Características del Sol Victoria Hotel & Casino



Se encuentra ubicado en Paseo de la Costa N°45 frente al Río Paraná.

El tipo de alojamiento es hotel y la categorización es de cinco estrellas.

El hotel tiene 97 habitaciones (210 plazas), 20 son suites y las restantes singles y dobles. El 80 % de ellas tiene vista al río Paraná.

Los servicios que ofrece el hotel son desayuno, wi fi, business box, drugstore, valet parking, lavandería y tintorería, área médica protegida, room service.

Irupe es el nombre del spa del hotel, el mismo cuenta con saunas secas, baños finlandeses, duchas escocesas, sala de relax y piscina climatizada. También posee pileta al aire libre.

La Delfina es el restaurante gourmet con capacidad para 100 comensales y cocina de autor.

Sol Victoria tiene un centro de convenciones con 3 salones, cuyas capacidades son 330, 44 y 24 personas respectivamente según su armado.

Entre las actividades que ofrece el hotel se encuentran las caminatas, cabalgatas, clases de gimnasia y proyección de películas para niños.



4.1 Casino Victoria



Situado sobre las barrancas del río Paraná, es uno de los centros de entretenimientos más importantes de Argentina. Fue inaugurado en el año 2005, luego de que el enlace vial del puente Rosario-Victoria fuera terminado.

Se accede por vía terrestre por bus hasta la terminal de Victoria, o por contingentes que salen desde las principales ciudades como Nogoyá, Paraná, Diamante, Rosario, Santa Fe, Buenos Aires. Por vía aérea desde los principales aeropuertos del país ya que la ciudad tiene el Aeródromo de Victoria.

Casino Victoria "Naturalmente Divertido" juega con el doble sentido de la frase, haciendo referencia a la imponente naturaleza que lo rodea y a los atractivos naturales de la ciudad de Victoria.



Fuente: www.casinovictoria.com.ar

La entrada es sin cargo y exclusivamente para personas mayores de 18 años.

El horario es de lunes a jueves de 13 a 05 horas, de viernes a domingo esta abierto las 24 horas.

El casino tiene el exclusivo CLUB PRIVE: es un ambiente que cubre una superficie de 150 m², que con una excelente decoración resguarda ruletas, mesas de Black Jack, Punto y Banca y Póker, separada en tres niveles. Ofrece servicio de bar y gastronomía exclusiva para sus socios. Atención personalizada.

Se ofrecen tres propuestas gastronómicas:

- Artisans de la Riviere:
Restaurante ubicado en el segundo piso, con amplia carta, desde los platos más tradicionales, pasando por los de cocina internacional y recetas de autor.

- o Jackpots con barras: Servicio de barras permanentes para disfrutar del juego con cafés especiales, jugos de la casa, licuados con frutas tropicales, sándwiches, pastelería, vinos, cervezas, tragos especiales, bebidas blancas y champagne.
- o Fontanarrosa "Asador Campero" ubicado frente al casino. Ofrece el tradicional asado criollo y excelente variedad de carnes al asador, pastas caseras, servicio de salad-bar, postres y vinos.

También entre sus instalaciones se encuentra "La Boite Casino Victoria". Ofrece shows en vivo, música, obras de teatro y promociones especiales para disfrutar de un momento único.

El casino tiene una superficie de mas de 5000 m². entre sus juegos hay 600 maquinas tragamonedas, 8 ruletas electrónicas, 16 ruletas americanas, 2 Black Jack, 2 Póker, 3 Punto y Banca.

Tiene cajeros Link y Banelco, se cambian dólares y euros en todas las cajas. Playas de Estacionamiento.

Recepcionista y hosstes para brindar un servicio de excelencia,





Con respecto al juego responsable el Casino Victoria no tiene ningún tipo de prevención ni promoción y ni siquiera se menciona en su página web como lo hacen otros casinos.

El 17 de febrero se conmemora el "Día Internacional del Juego Responsable"²³



²³ www.juegoresponsable.com.ar



El casino Victoria esta permanentemente creando promociones y nuevas atracciones que motiven a los turistas a visitarlo.

En septiembre se realizara el torneo de tragamonedas "Time formoney".

También si se es socio del Club de Jugadores y se cumple con los requisitos se puede disfrutar del día de su cumpleaños cenando en Fontanarrosa.

O la promoción "Primavera" en donde todos los lunes del mes de septiembre se sortean \$ 10.000.

Sin dudas el Casino quiere atraer a nuevos clientes motivados por las promociones que realizan semanalmente.

Se destaca que el mismo además de los medios tradicionales de contacto, tiene una oficina solo para atención al cliente, ubicada en las cercanías, en la calle Belgrano 71.

Se puede contactar telefónicamente 080077722746, o desde la página web por e-mail: info@victoriacasino.com.ar.

Se debe mencionar que no se puede jugar on line con el Casino Victoria.

Solamente se puede registrar como usuario del sitio web y se ofrece ganar premios semanales y beneficios exclusivos, pero la página no funciona en ese ítem.

El Casino Victoria tiene "CardRoom" o mesas de póker en sus instalaciones.

Se destaca esta información debido a que es una innovación, porque en muy pocos casinos de nuestro país se juegan mesas de póker. Es cada día mas popular inclusive su versión on line.

Años atrás se jugaba de dos maneras: jugador contra jugador o jugador contra el casino (thehouse).

En la mayoría de los casos un empleado del casino recoge una porción del pozo, pero la modalidad Texas Hold 'em es la más difundida.

En ella, cada jugador juega por un periodo de tiempo como "dealer" (aproximadamente 30 minutos).

La posición de "dealer" o repartidor rota según las agujas del reloj y es importante porque es la referencia que establece el orden de las apuestas de los jugadores y determina así quienes han de colocar las apuestas obligatorias antes de comenzar cada ronda de juego.

Las apuestas obligatorias se llaman "ciegas" y son el sistema por el cual se asegura que siempre haya una cantidad de dinero en el pozo y así que los participantes se animen a apostar.

Las dos "ciegas" son la ciega grande en ingles "bigblind" y la ciega pequeña "smallblind", esta siempre la pone el jugador que esta a la izquierda del dealer o repartidor. La grande corresponde al jugador que esta a la izquierda del que apuesta la pequeña.

La ciega grande es siempre el doble de la pequeña.²⁴

En julio de 2011 Casino Victoria organizó el Primer Torneo de Póker Texas Hold'em.

La revista "Hombre", fue auspiciante del torneo.

"En el transcurso del segundo día, finalmente surgió el primer Campeón de Entre Ríos y ganador del Primer Torneo de Póker Texas Hold'emen Casinos Victoria.

Una vez más Casino Victoria confirmó sus argumentos, para ser elegido como uno de los mejores destinos de entretenimiento de todo el país." Fue el comentario de la revista^{24'}

²⁴ www.lasreglasdelpoker.net

^{24'} www.revistagames.com

CASINO VICTORIA ORGANIZA:

**1er. TORNEO
POKER**
TEXAS HOLD'EM NO LIMIT

1 Y 2 DE
JULIO
INICIO: 15:00HS.

BUY-IN
\$4.000

20.000
EN FICHAS
CON CIEGAS DE 30

FREEZEOUT
CUPO LIMITADO:
60 JUGADORES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN INFO@VICTORIACASINO.COM.AR / WWW.VICTORIACASINO.COM.AR

Fuente: revistagames.com

El juego esta regulado por la ley N° 5144, en el articulo N°3 especifica que el mismo está administrado por el Estado provincial ya que es el encargado del bien común, objetivo principal de la política. Y por la ley provincial N° 8703 sobre los juegos de azar.

Casino Victoria esta administrado por el estado y por inversores privados.

Recientemente hubo reclamos ya que la provincia quiera privatizar el juego, puede leerse el articulo periodístico en el anexo de la presente investigación²⁵.

²⁵www.entrierios.gov.ar/policia/legislacion.html

4.2 Relevamiento de la demanda

4.2.1 Análisis de encuestas a visitantes de la ciudad de Victoria

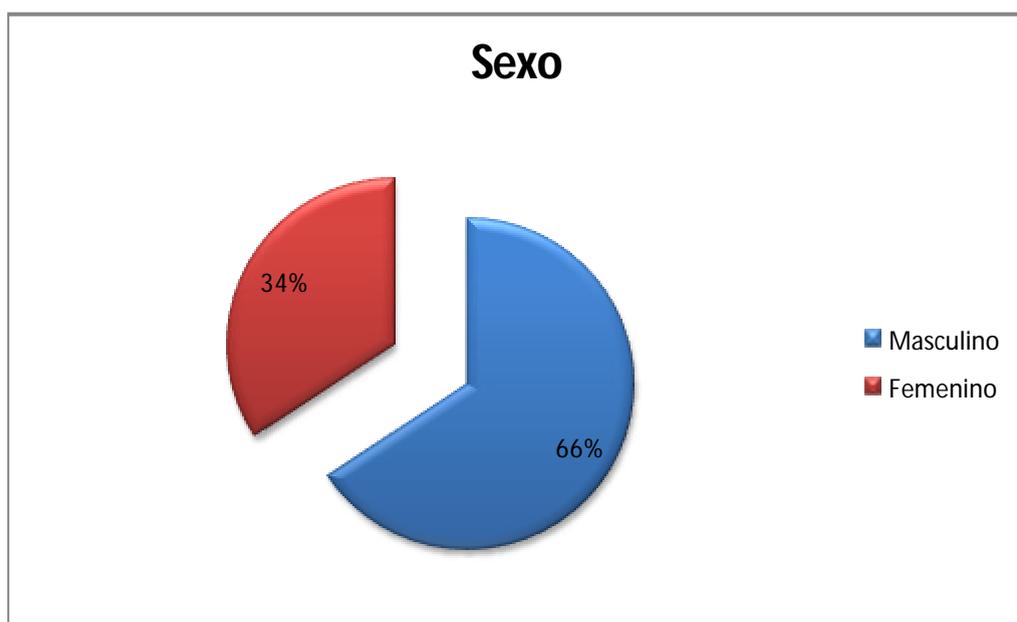
Para poder caracterizar y analizar la demanda se tomo una muestra no probabilística a los visitantes de la ciudad (turistas y/o excursionistas) a la que se realizó una encuesta.

La misma fue hecha de manera personal con preguntas de un formulario preestablecido, para obtener a partir de esas comparaciones datos cuantitativos interpretándolos en gráficos, y así caracterizar a la demanda desde el punto de vista cualitativo.

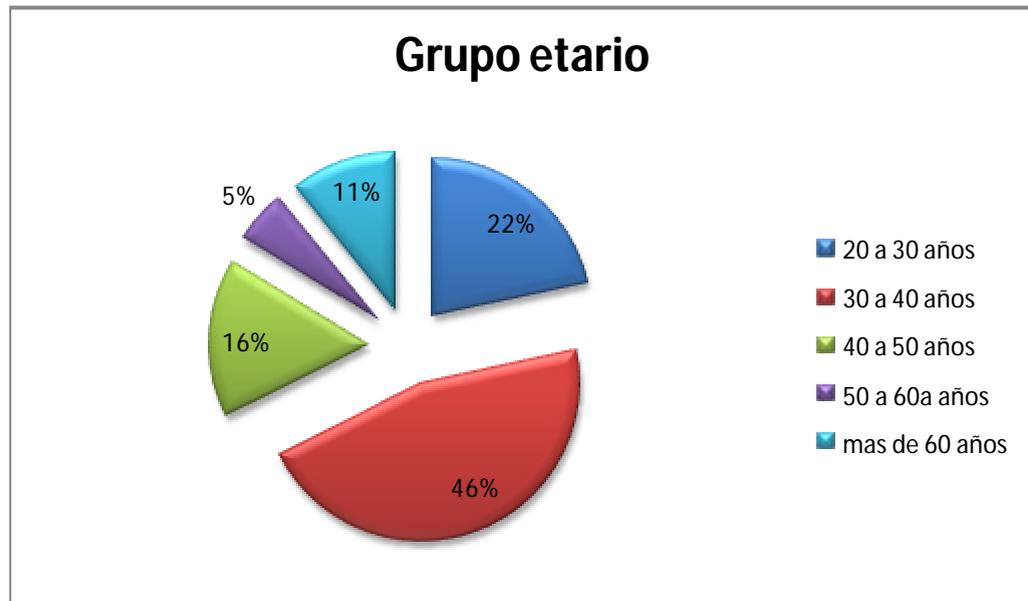
La recolección de datos se realizó sobre 35 encuestas y en dos instancias distintas: el primer fin de semana de las vacaciones de invierno de 2012 y fin de semana largo del 17 de agosto de 2012. Con el fin de capturar y entender a los visitantes de las distintas partes del país y sus motivaciones para visitar la ciudad de Victoria. Se realizaron en la plaza principal "Gral. San Martín".

Las encuestas completas se encuentran en el anexo del presente trabajo.

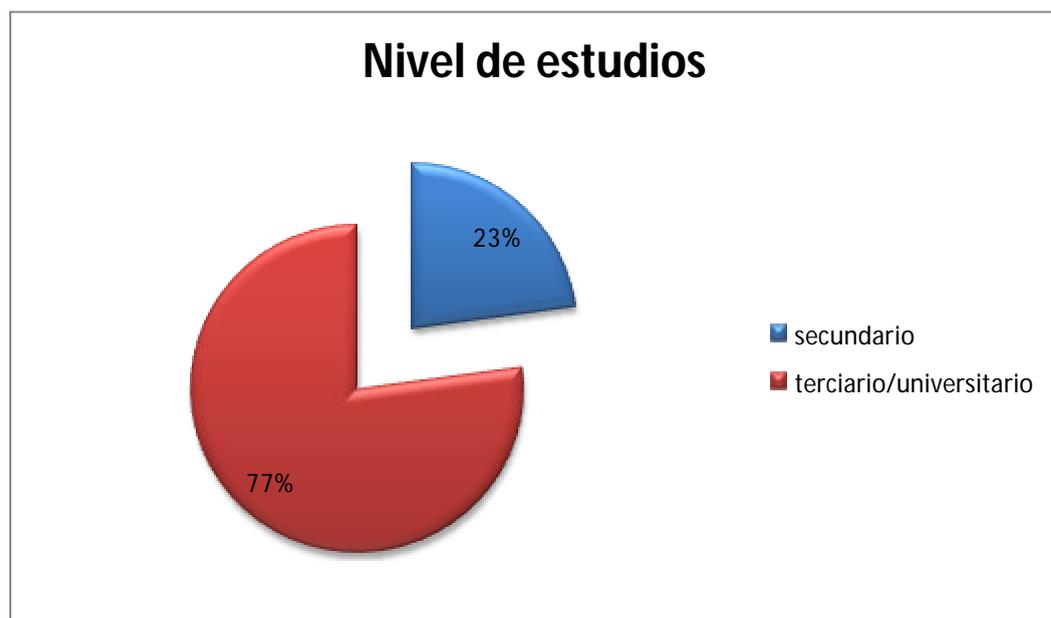
Pregunta N° 1: Sexo



Pregunta N°2: Grupo etario



Pregunta N°3: Nivel de estudios

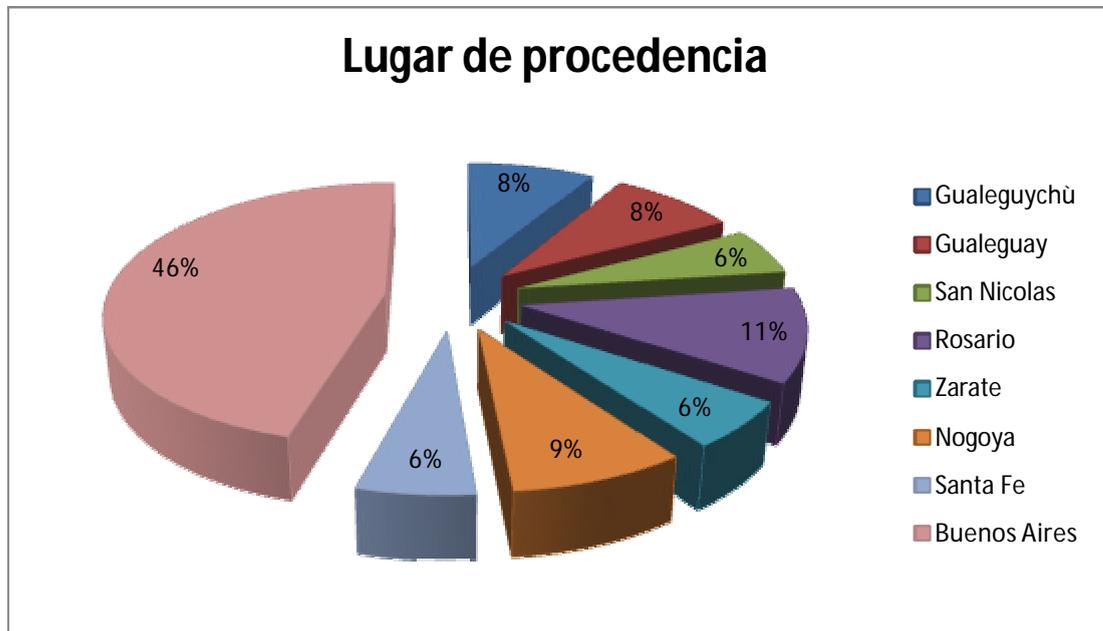


Del análisis de los gráficos N° 1, 2 y 3 se observa que la mayoría de los visitantes encuestados es de sexo masculino (66%) y de entre 30 y 40 años de edad representando el 46%.

Le siguen con el 22% jóvenes de entre 20 y 30 años.

El nivel de estudios de los encuestados es terciarios/universitarios y representa el 77% del total, lo que plantea un elevado nivel de instrucción formal en los visitantes de la ciudad.

Pregunta N°4: ¿Cuál es su lugar de procedencia?



Pregunta N°5: ¿Es la primera vez que visita la ciudad?



Pregunta N° 6: ¿Con qué frecuencia visita la ciudad?



Pregunta N°6 bis: ¿Con quien viaja en esta ocasión?



En los gráficos N° 4, 5, 6, y 6 bis. Se pueden analizar las siguientes conclusiones.

El 46% de los visitantes proviene de Buenos Aires, le siguen las ciudades vecinas de Rosario con un 11%, Nogoya con un 9% y Gualeguay con un 8% del total.

No es casual que las ciudades de Buenos Aires y Rosario sean los centros emisores de visitantes que mas visitan Victoria; esto se debe a su cercanía (4 horas y 1 hora respectivamente). No se debe olvidar el Puente Rosario-Victoria inaugurado hace unos años.

El 66% de los visitantes encuestados había visitado Victoria anteriormente. El 55% de ellos visita la ciudad con una frecuencia de 2 a 3 veces por año. Mientras que un 35% lo hace una vez por año.

De la muestra tomada el 43% viajó a Victoria para visitar familiares y amigos. Un 37% lo hizo con amigos y solo un 20% viajó en pareja.

Pregunta N°7: ¿Cuántos días dura su estadía?



Se debe diferenciar a los visitantes en dos grupos turistas y excursionistas, ambas definiciones se encuentran en el Marco Teórico de la presente investigación.

El 45 % de los visitantes es excursionista ya que solo visita la ciudad por un día sin pernoctar en ella.



Pregunta N° 8: ¿Cuál fue su principal motivación para visitar Victoria?



El 52% de los visitantes viene a la ciudad por recreación/ocio, de los cuales el 20% manifestó que visitará el casino como una actividad más que ofrece el destino.

Un 37% esta motivado por los juegos de azar y solo están interesados en concurrir al Casino.

Solo un 11% visita a familiares y /o amigos, manifiesta que visitará el casino en su estadía en Victoria.

Pregunta N° 9: ¿Conoce el Casino Victoria?



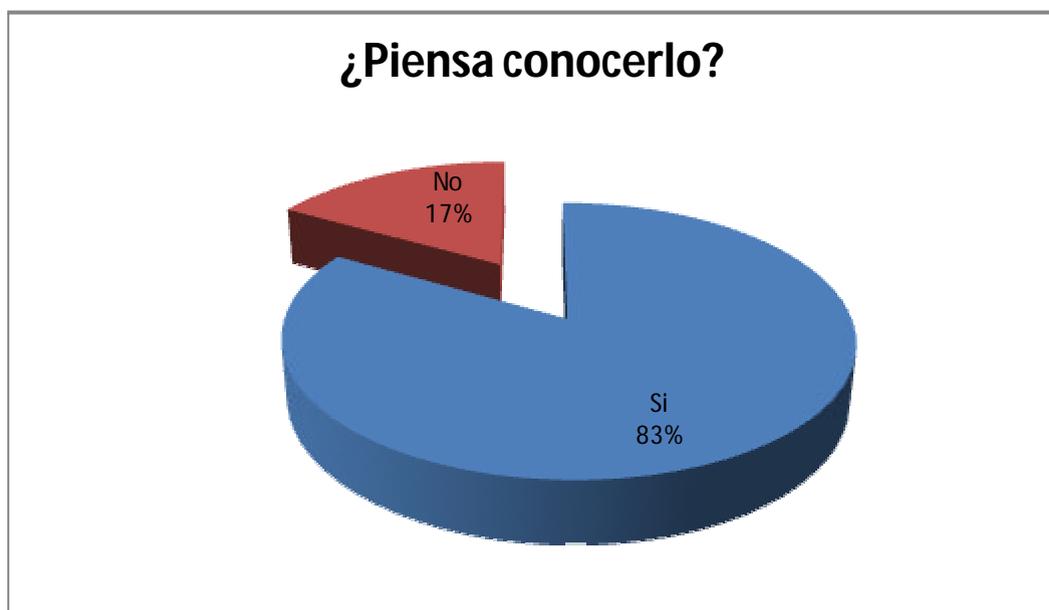
Pregunta N° 10: ¿Con qué frecuencia lo visita?



Del análisis de los gráficos N° 9 y 10, se observa que el 88% de los encuestados conoce el Casino Victoria. Un 22% lo visita una vez al mes, un 9% cada 15 días y solo un 4% una vez por semana.

Se destaca que en el ítem " OTROS" del gráfico N° 10 el porcentaje es muy elevado llegando a un índice del 65%. En él, los encuestados dijeron visitar el casino como otra actividad que ofrece la ciudad de Victoria, o visitarlo con una frecuencia mucho menor en unidad de tiempo a la mencionada en la encuesta.

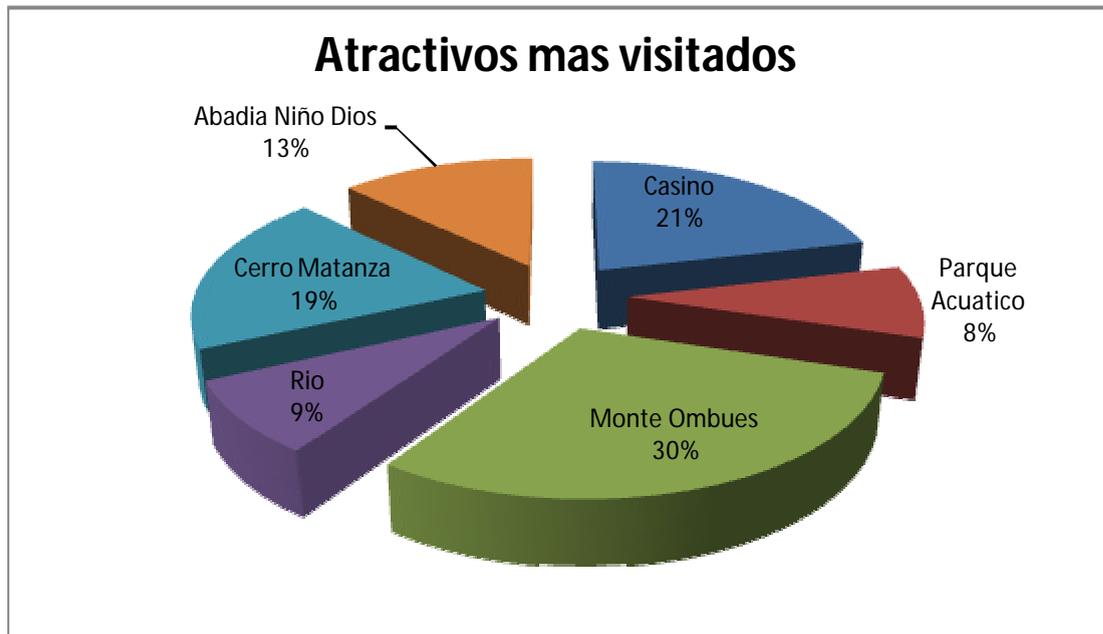
Pregunta N° 11: ¿Piensa conocerlo?



Como se observa en el gráfico N° 9 solo el 12% de los encuestados no conocen el Casino. El 76% de ellos tiene pensado hacerlo en su visita a la ciudad.

Tan solo el 24% de los visitantes que no conocen el Casino manifiestan no tener interés en él, como se observa en este gráfico.

Pregunta N°12: ¿Qué actividad turística ha realizado?



Como se observa en el gráfico anterior el 30% de los visitantes visitó el Monte Ombúes. Todos ellos dijeron que fue el primer atractivo que visitaron motivados por su rareza botánica.

El 21% concurrió al Casino manifestando ser el motivo principal y de su viaje. Algunos de ellos visitarían el paseo por el río. (Caminata y artesanos que se encuentran en la avenida que costea al río)

Luego en orden decreciente según los índices los visitantes fueron al Cerro Matanza, Abadía del Niño Dios y paseo por el río. (Caminata y artesanos que se encuentran en la avenida que costea al río)

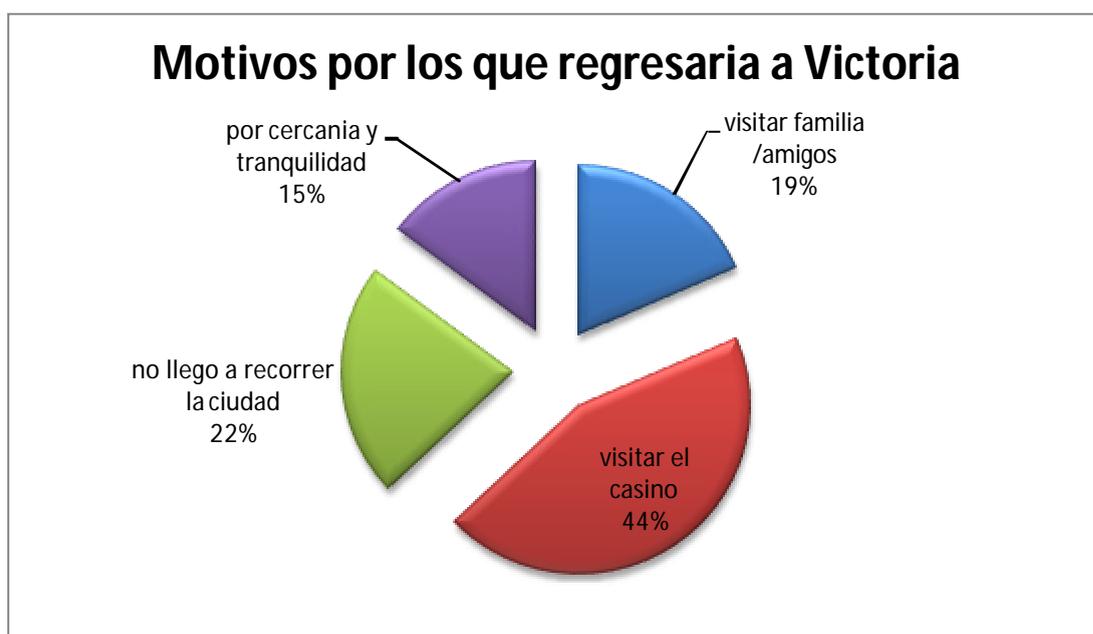
Solamente un 8% visitó el Parque Acuático, que debido a no estar en temporada alta, abre sus puertas para recorrerlo y ofrece visitas temáticas sobre el agua.

Pregunta N° 13: ¿Regresaría nuevamente a Victoria?



El 91% de los visitantes regresaría a Victoria, las motivaciones en orden decreciente son:

- para visitar el casino.
- porque le gusta la ciudad y necesita más tiempo para recorrerla, recordemos que la estadía promedio es de 2-3 días
- para visitar familiares y/o amigos.
- Cercanía a ciudad de origen. En el caso de visitantes provenientes de Rosario, que manifiestan encontrar tranquilidad.



Se resalta que el 44% de los visitantes que volverían a la ciudad motivados por el Casino son excursionistas.

El 9% restante que no volvería a Victoria dijo que el motivo principal es la falta de entretenimientos para niños.

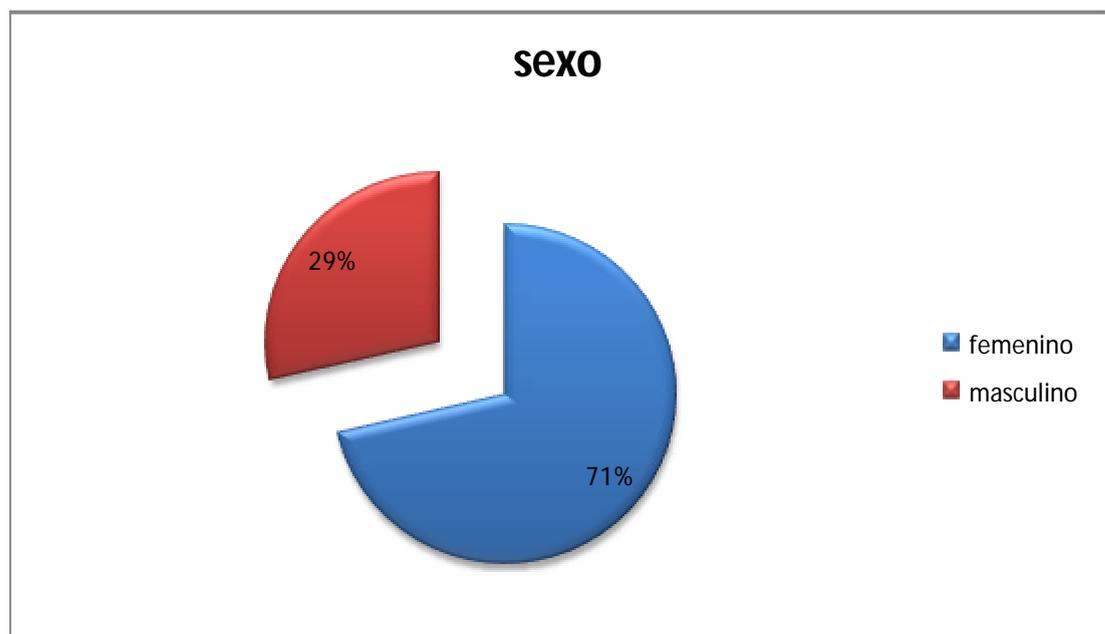
4.3 Análisis de encuestas a Residentes de la ciudad de Victoria Población local.

Los datos obtenidos fueron procesados y graficados para su posterior análisis.

Se tomo una muestra sobre 35 personas que fueron encuestadas en la puerta de supermercados, almacenes, confiterías y centro cívico de la ciudad, el primer fin de semana de las vacaciones de invierno de 2012.

Las encuestas completas se encuentran en el anexo del presente trabajo.

Pregunta N°1: Sexo



Pregunta N°2: Grupo etareo



Pregunta n° 3: Nivel de estudios



Pregunta N°4: ¿Está relacionado profesionalmente con el turismo?



En los cuatro primeros gráficos se describe el perfil del residente de la ciudad de Victoria. De la muestra tomada surge el siguiente análisis: el 71 % de los encuestados fueron mujeres, tenían más predisposición para ser encuestadas que los hombres, ya que algunos de ellos manifestaron no disponer de tiempo para responder.

A simple vista puede observarse que la población residente en su mayoría es de sexo femenino.

El grupo etario está bastante diversificado. El 33 % pertenece al grupo de 50 a 60 años, siguiéndole la franja de 30 a 40 años con un 20 % del total encuestado. La población de más de 60 años es bastante significativa con un 18 % del total.

Todos los encuestados son personas en edad económicamente activas y poseen un índice de alfabetización del 100%.

El 60% ha alcanzado los niveles medios, mientras que el 24% posee nivel terciario/universitario.

Si bien todos los encuestados se encuentran trabajando, solo el 17% de ellos está relacionado profesionalmente con el turismo.

Pregunta N°5: ¿Cuánto tiempo hace que vive en la ciudad?



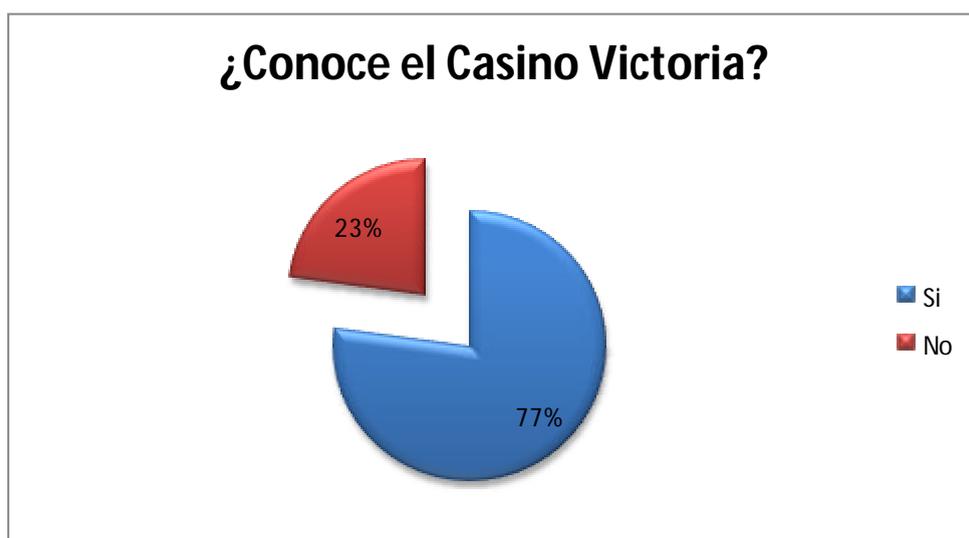
El 69% de los encuestados reside en la ciudad hace más de 10 años, mientras que un 20% entre 5 y 10 años.

Por lo tanto el resultado de las encuestas será lo suficientemente significativo para la presente investigación ya que la mayoría de los residentes lleva años viviendo en la ciudad y puede transmitir los cambios ocurridos en ella.

Pregunta N°6: ¿Le gustan los juegos de azar?



Pregunta N°7: ¿Conoce el Casino Victoria?



Pregunta N°8: ¿Con qué frecuencia lo visita?



Del análisis de los gráficos N° 6, 7 y 8, surge que al 69% de los residentes encuestados le gustan los juegos de azar y que el 77% conoce el Casino victoria.

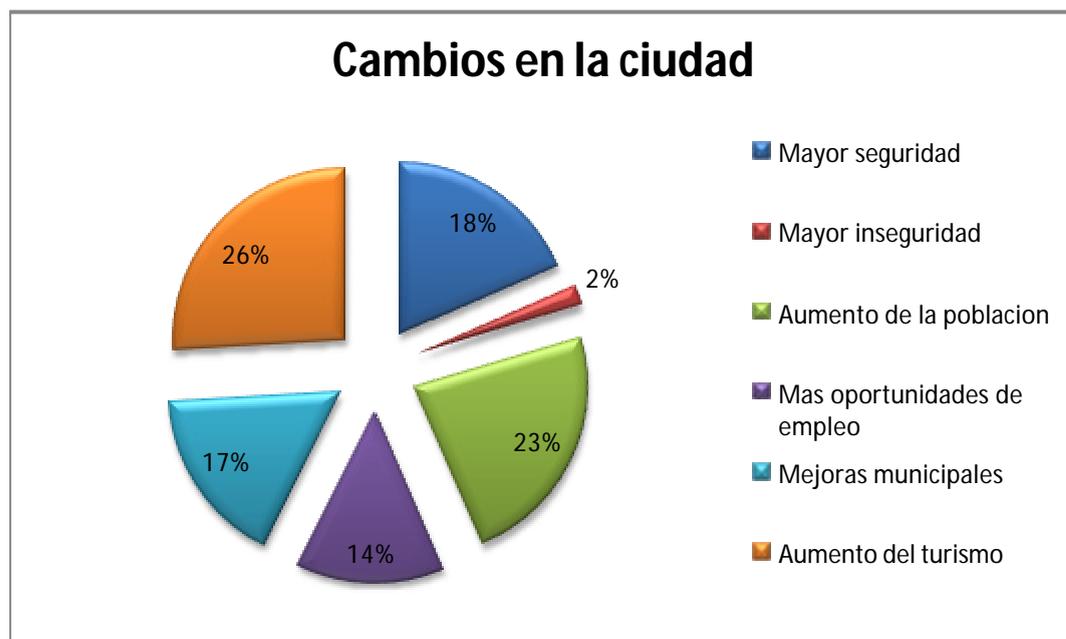
El 52% lo visita al menos una vez por mes, pero solo el 26% lo hace una vez por semana.

Se destaca que un 6% manifestó visitar el casino pero de manera más esporádica que la planteada en la pregunta N° 8; se incluye este índice en el ítem "otros".

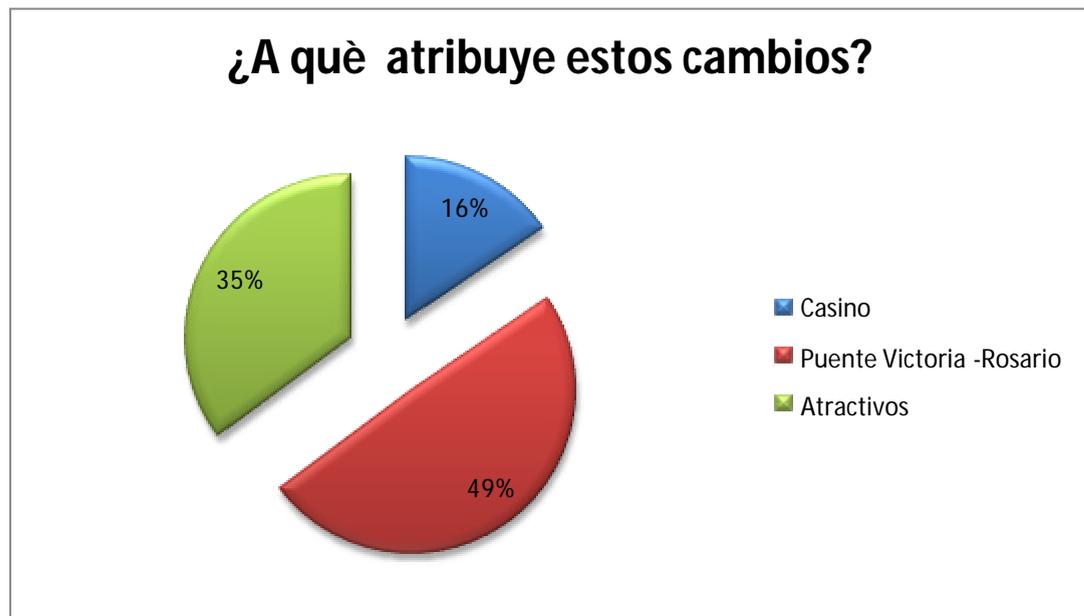
Pregunta N° 9: ¿nota la presencia de un aumento de visitantes en la ciudad?



Pregunta N° 10: ¿Cuáles de los siguientes cambios noto en la ciudad a partir de la aparición del Sol Victoria Hotel & Casino?



Pregunta N° 11: ¿A qué atribuye estos cambios?



Del análisis de los gráficos N° 9,10 y 11, surge que el 86% de los residentes encuestados manifestó observar un aumento progresivo de visitantes en la ciudad en los últimos años.

Entre los cambios ocurridos en la ciudad a partir de la apertura del Sol Victoria Hotel & Casino el 26% observó el aumento del flujo turístico (observado anteriormente en el gráfico N°9).

Un 23% observó un aumento de la población y mayor seguridad (18%).

Solo un 17% de los residentes dice que se han realizado mejoras municipales y tan solo un 2% manifestó que hay mayor inseguridad en la ciudad.

Los encuestados en su gran mayoría (46%) consideran que los cambios ocurridos en victoria son producto del puente Rosario-Victoria. Un porcentaje menor el 33% aseguró que los cambios se deben a los atractivos que posee Victoria.

Mientras que el 21% dice que se deben a la apertura del Casino.

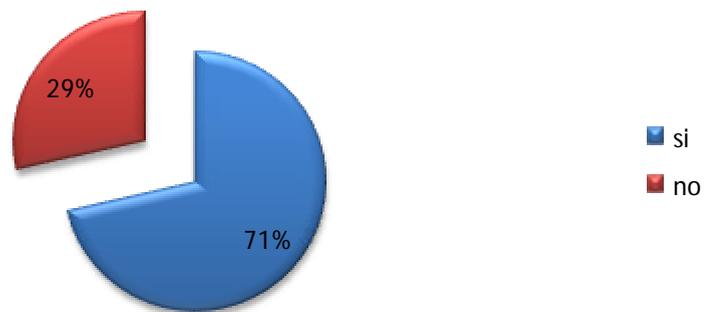
Observaciones:

Se agrega una pregunta más a la presente encuesta.

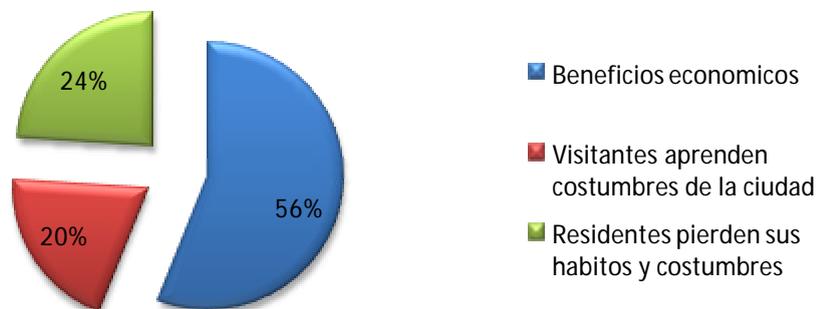
La misma se formuló en la salida de campo debido a la necesidad de medir el tipo de impacto que los visitantes causaban en la población local. Es por ello que se agrega a continuación.

Pregunta N°9 bis: ¿cree que los residentes de la ciudad pierden su identidad con la llegada del turismo?

¿Cree que Influye el turismo en los residentes ?



Influencia del Turismo en la población local



El 71% de los residentes encuestados manifestaron que sienten la influencia del turismo.

La gran mayoría (56%) dice que se benefició económicamente con su influencia y que si bien en un principio se sintió incomodo con el aumento turístico, supo priorizar las ventajas antes que las desventajas, tales como disfrutar de la paz que caracterizaba a la ciudad un domingo.

Puede observarse que los residentes consideran que los visitantes aprenden de sus costumbres (20%), pero también sienten que pierden sus hábitos y costumbres (24%), perdiendo así parte de su identidad.

4.4 Análisis de entrevistas

Los entrevistados fueron contactados en primera instancia por mail. Luego se pautó una entrevista personal que en ambos casos se realizaron en los puestos de trabajo y dentro del horario laboral de los entrevistados.

El jefe de recepción del Sol Victoria pidió que la entrevista fuera enviada por mail con anterioridad.

El lenguaje utilizado en ambas entrevistas fue informal.

El modelo de las entrevistas se encuentra en el capítulo 2.4 "Modelo de instrumentos de recolección de datos".

Las entrevistas completas se encuentran en el anexo del presente trabajo.

Entrevista N°1

Sr. Manuel Roster –Jefe de recepción Sol Victoria Hotel & Casino

El entrevistado hace diez años que trabaja en el hotel. No tiene estudios en hotelería o turismo, pero manifiesta tener un buen nivel del idioma inglés.

Considera que el crecimiento de la ciudad se debe a la apertura del puente Rosario-victoria y a los atractivos naturales que la ciudad posee.

Cuando se le pregunto por los atractivos turísticos de mayor relevancia considera que el más visitado es el Monte Ombúes por su rareza botánica.

El entrevistado piensa que el casino es un atractivo más en Victoria.

Al ser consultado sobre la motivación que tienen los huéspedes del hotel para visitar la ciudad; piensa que hay un grupo de turistas que solo se hospeda una noche y viene a jugar al Casino solamente.

Por otro lado están las familias o parejas que disfrutan de los atractivos de la ciudad y su estadía es mayor.

Cuando se le pregunto sobre el tipo de impactos que sufrió la población local manifestó que en un principio se sintieron invadidos. Luego cuando sintieron los cambios económicos que había la actitud de ellos cambio.

En la pregunta N°9 en donde se consulta sobre el complejo termal Victoria Del agua, respondió que es un atractivo importante acorde con la naturaleza que rodea a Victoria.

En las preguntas N° 10 y 11 se abordó el tema del City Center Rosario, el entrevistado dice conocerlo y que es un gran emprendimiento de nivel internacional. Además de considerarlo una importante competencia.

En la última pregunta el Sr Roster considera que el casino puede ser un potencial producto turístico.

Entrevista N° 2

Encargado de salón Casino Victoria- Sr. Héctor Cruz

El entrevistado lleva varios años trabajando en el casino.

Considera que el casino tiene dos tipos de clientes; el que solo viene a apostar y los turistas que visitan la ciudad algunos días y uno de ellos deciden apostar en el casino.

Las instalaciones son visitadas por turistas y residentes en porcentajes muy parejos.

Al igual que en la entrevista anterior el Sr. Cruz cree que el casino es un atractivo más de la ciudad y que el crecimiento se produjo a partir de la apertura del puente Victoria – Rosario en el año 2003.

El entrevistado considera que el casino es un potencial producto turístico debido al creciente aumento de turistas que lo visitan. Comentó además que Casino Victoria tiene contingentes que envía a las ciudades más importantes para traer visitantes y promocionarlo.

En la pregunta N° 7 en donde se habla sobre la ludopatía el entrevistado expresa (...) los casinos son un negocio como cualquier otro (...) dejando al entrevistador la sensación de que Casino Victoria no está comprometido con el juego responsable.²⁶

En las preguntas N°9 y 10 sobre los proyectos de ley que regularizarían los juegos de azar dice estar de acuerdo y que el casino modificaría lo que la ley disponga.

Nuevamente en este punto el entrevistador sintió la falta de compromiso por parte de los responsables del casino con respecto a las posibles reformas sobre los juegos de azar.

²⁶Designación internacional que se utiliza para referirse a las acciones tendientes a jugar en forma protegida, segura y divertida, dándole una connotación ética.



PARTE III

conclusiones

Capítulo 5 Conclusiones de la investigación

5.1 Conclusiones generales

Mediante el análisis realizado en la presente investigación se pudieron determinar las siguientes conclusiones:

Las ciudades argentinas con una población menor a los 50.000 habitantes que sufrieron un impacto turístico importante causado con posterioridad a la apertura de hoteles casino son: Sierra de la Ventana-Buenos Aires, con la apertura del nuevo Casino del Hotel Provincial (tomado como antecedente en esta investigación) & ver artículo periodístico incluido en anexos.

Y la ciudad de Victoria - Entre Ríos, caso de estudio de la presente investigación.

La apertura de hoteles casino en ambas ciudades originó un aumento del flujo turístico de visitantes que proveniente en su gran mayoría de las ciudades cercanas, atraídos por el nuevo atractivo: el casino.

Si bien, estas ciudades eran reconocidas como destinos turísticos antes del Casino, luego la oferta aumentó proporcionalmente al ritmo que lo hacía la demanda sin ningún tipo de planificación ni regulación de parte de las autoridades municipales o provinciales. Sobre todo en la Ciudad de Victoria, se ampliará la conclusión en la parte 5.2.

Existen desde casas de familia pasando por hosterías, cabañas, campings, dormis, hoteles de una a cinco estrellas. Sin embargo esta diversidad no corresponde con el equilibrio entre los diferentes tipos de alojamiento requeridos para que un centro turístico evolucione favorablemente.

Cabe destacar que los hoteles dentro de la misma categoría no cuentan con servicios similares, esto hace que hoteles homologados por la misma ley cuenten con un servicio al turista muy diferente entre sí.

Por ejemplo la ciudad de Victoria no posee hoteles categorizados cuatro estrellas. Se destaca además lo obsoleta de la ley Nacional de Hotelería.

Estas ciudades poseen una vocación turística con tendencia a lo natural, con exuberante naturaleza y atractivos de jerarquía que motivaron a visitantes de distintas partes a conocerlas.

El segmento de mercado que las visita en su mayoría son familias que buscan la tranquilidad, naturaleza del lugar, visitando el casino como un atractivo más que ofrece la ciudad.

En la ciudad de victoria se detectó un fenómeno turístico diferente, que está en constante crecimiento. El mismo se explicará en las conclusiones sobre el caso de estudio de la presente investigación.

5.2 Conclusiones caso de estudio: Victoria- Entre Ríos

La provincia de Entre Ríos se ve privilegiada por su situación geográfica y su enorme caudal de atractivos, sufrió de un aislamiento durante largas décadas por las barreras naturales que constituyen los ríos que la rodean.

En 1969 se inauguró el túnel subfluvial Paraná - Santa Fe que rompió con el aislamiento de la provincia y originó el desplazamiento de un caudal importante de turistas.²⁷

La construcción vial del Puente Nuestra Señora del Rosario significó un elemento importante para el desarrollo de la ciudad y el turismo, ubicando a la ciudad de Victoria en el centro neurálgico de una comunicación internacional que une San Pablo, Porto Alegre, Rivera, Paysandú, Colón, Nagoya, casi en línea recta. Continuando al este hacia Mendoza, Santiago de Chile y Valparaíso, formando el corredor bioceánico central, de esta manera las actividades políticas y culturales que promueve el Mercosur cobraron un impulso renovado.²⁸

El puente abrió caminos hacia las puertas de enlace más importantes del país y facilitó el acceso a la ciudad desde los principales centros emisores de turismo nacional del país, como también la integración de corredores actuales y potenciales.

Incrementó el flujo turístico en un 80 % siendo Rosario y Buenos Aires las principales ciudades emisoras de turistas, como puede observarse en el análisis de encuestas realizadas a turistas en esta investigación.

Según el Censo 2010 la población aumentó un 20% siendo la ciudad que mas creció poblacionalmente en los últimos años, luego de la habilitación del enlace vial con Rosario.

²⁷PFETS 2010

²⁸PFETS 2010

Las autoridades notaron los signos del incremento en la población por el nivel de actividad económica y desarrollo de negocios, falta de vacantes en escuelas y la congestión del tránsito en horas pico, entre otras variables.

Un fenómeno similar ocurrió en la ciudad de Paraná cuando se habilitó el túnel subfluvial.²⁹

También favoreció la economía local permitiendo el transporte de bienes de intercambio abriendo camino hacia nuevos mercados.

Del análisis de las encuestas a visitantes y residentes, como de las entrevistas realizadas a informantes clave surge que el Puente Victoria-Rosario fue el causante principal del aumento del flujo turístico en la ciudad de Victoria.

Como se mencionó con anterioridad la población residente aumentó un 20% también producto del enlace vial, ya que habitantes del interior de la provincia decidieron radicarse en Victoria motivados por el creciente desarrollo económico.

En 2005 la apertura del Casino Victoria representó un eje de inflexión en la historia turística, ya que no solo está ponderado como uno de los mejores casinos de la provincia sino que está emplazado junto al único hotel cinco estrellas de la ciudad.

Desde entonces produce controversia entre el estado y los inversionistas privados a raíz de la administración de ambos en el negocio del juego.

Un área del casino es administrado exclusivamente por el estado, el dinero recaudado en el área beneficia a la población por medio de un fondo llamado IAFAS (instituto de ayuda financiera a la acción social). Un porcentaje de la población local trabaja en el casino realizando tareas administrativas.

Sol Victoria Hotel & Casino insertó laboralmente a gran parte de los residentes reactivando la economía de la ciudad.

Del análisis de las encuestas a residentes se observa que el 69% le gustan los juegos de azar y en su gran mayoría conocen el Casino.

El 52% lo visita una vez por mes pero solo el 26% lo hace semanalmente.

Se debe resaltar que la ciudad no tiene teatros ni cines, el casino ofrece en sus instalaciones distintos tipos de espectáculos como por ejemplo obras teatrales. Por tal motivo muchos residentes lo visitan con regularidad.

Para ellos el Casino Victoria es el segundo factor del aumento del flujo turístico luego del Puente Rosario – Victoria.

²⁹Ver artículo periodística en Anexos

En la Argentina los juegos de azar son un monopolio de estado, corresponde su regulación y explotación a las provincias, aunque como se mencionó con anterioridad en este caso es compartida con los inversionistas privados.

Existen varios proyectos de ley para su regulación, sobre todo para el juego on line ya que se encuentra en un vacío legal. La ley considera a las apuestas fuera de la jurisdicción de los juegos de azar como apuestas clandestinas²⁹

El casino está asociado a ALEA (asociación de loterías, quinielas y casinos estatales de argentina).

Debido al creciente incremento de jugadores y ante la falta de regulación esta asociación dicta seminarios al personal de casinos, para incentivar políticas que determinen el respeto por las reglas de juego responsable para que el apostador juegue en forma protegida, segura y divertida.

Un ejemplo de ello es el seminario sobre "responsabilidad social y juego responsable" que se realizó el 26 y 27 de septiembre de 2012 en la ciudad de Mendoza.³⁰

Con respecto a la demanda tanto residentes como informantes clave manifestaron que la ciudad recibió un creciente aumento de visitantes provenientes en su mayoría de Buenos Aires y Rosario a partir de la inauguración del enlace vial Rosario – Victoria. El mismo se intensificó aún más con la apertura del Sol Victoria Hotel & Casino. La población local también aumentó, muchos jóvenes de localidades cercanas decidieron radicarse en Victoria motivados por las nuevas posibilidades de trabajo y la cercanía con Rosario que el puente facilitó.³¹

La ciudad de Victoria esta rodeada de naturaleza, posee una riqueza natural de 300 hectáreas de zona litoral prácticamente virgen. A pesar de su belleza y la jerarquía de sus atractivos solo es aprovechado por el mercado internacional.

El mercado nacional desconoce estos atractivos.

La mayoría de los visitantes son de sexo masculino y la edad promedio es de 30 a 40 años, seguido por el segmento de jóvenes de entre 20 – 30 años. La mayoría de ellos ya conocía la ciudad y la visita con regularidad porque tienen familiares y amigos residiendo en la ciudad.

³⁰ www.alea.org.ar

²⁹ ver informe periodístico en anexos.

³¹ Censo 2010 .Ver artículo periodístico en anexo.

Como se mencionó con anterioridad los visitantes se dividen en dos grupos: los excursionistas y los turistas quienes visitan la ciudad motivados por la naturaleza, la recreación y el ocio.

Este grupo considera al casino como un atractivo más para visitar en su estadía a la ciudad que promedia los 2- 3 días.

El atractivo mas visitado por ellos es el Monte Ombúes por su rareza botánica.

Mientras que los excursionistas en su gran mayoría visitan Victoria motivados por los juegos de azar, a excepción de los provenientes de la ciudad de Rosario cuya motivación principal es la paz y tranquilidad que ofrece la ciudad.

Como se desarrollo oportunamente en el marco teórico de la presente investigación, la mayoría de los visitantes que llegan a Victoria son del tipo Midcéntricos, punto intermedio entre los psico céntrico y los allocéntricos.

Sin embargo, en el mercado internacional que tiene la ciudad el tipo de visitante pertenece al grupo de los allocéntricos, ya que están motivados por las nuevas experiencias que ofrecen las islas del rio Paraná.

Según la pirámide de las jerarquías de necesidades de Maslow, este tipo de visitante habiendo satisfecho las necesidades básicas, se encuentra en la cúspide de la pirámide desarrollando las necesidades de desarrollo y realización personal.

En el caso de los excursionistas que solo están interesados en los juegos de azar, según Maslow y lo observado en esta investigación, se encuentran intentando satisfacer las necesidades de estima: reconocimiento, status y autoestima.

La ciudad no tiene el alojamiento necesario para la actual y creciente demanda de visitantes. No existe ningún tipo de planificación en materia de turismo.

La ciudad no tiene el alojamiento necesario para satisfacer la actual y creciente demanda de turistas. No existe ningún tipo de planificación en materia de turismo.

La oferta de alojamiento crece en forma desmedida sin un objetivo o meta.

Existen desde casas de familia que ofrecen hospedaje hasta hoteles de 1 a 5 estrellas. No hay hoteles categorizados 4 estrellas.

Los servicios son muy diferentes dentro de la misma categoría. Esto hace que hoteles categorizados, homologados por la misma ley tengan un servicio al visitante muy diferente entre si.

La infraestructura terrestre es deficiente, solo vincula a la ciudad con las ciudades de Buenos Aires, Rosario, Paraná y ciudades cercanas del interior de la provincia de Entre Ríos. Los turistas que provengan de ciudades más lejanas deberán hacer transbordos.

Victoria tiene la mayoría de sus calles asfaltadas y en buen estado.

La salud en el Municipio es deficiente, no llega a cubrir las necesidades de la población local.

El sistema de salud colapsa en temporada estival con la llegada del turismo.

No se registran ningún tipo de mejoras significativas en la ciudad luego de la apertura del Sol Victoria Hotel & Casino, como puede observarse en el análisis de encuestas realizadas a los residentes.

A partir de la apertura del Parque Termal Victoria del Agua, el Municipio de Victoria tendrá la posibilidad de cambiar su tipología de centro turístico de excursión al de centro turístico de estadía.

Este nuevo atractivo es una apuesta fuerte del Municipio, y dará la posibilidad de aumentar el promedio de estadía de los visitantes.

En cuanto a los impactos socio económicos; la población local se vio afectada negativamente por la llegada masiva de visitantes. Primero con la apertura del Puente Victoria – Rosario y luego con la apertura del Casino Victoria, quienes se sintieron invadidos y molestos porque sentían que perdían la tranquilidad característica de la ciudad.

Actualmente, hay un cambio de mentalidad que se refleja en la mayor tolerancia que tienen los residentes para con el visitante y un mayor intercambio cultural entre ellos.

Como manifiestan las entrevistas y encuestas, el residente registra los beneficios económicos que se ven reflejados en inversiones turísticas y las oportunidades laborales que ellas generan.

En conclusión, el Hotel Casino provocó sin dudas un aumento del flujo turístico en la ciudad, motivados por los juegos de azar, pero fue solo uno de los factores que hicieron que Victoria se desarrollara turísticamente.

Su desarrollo se debe a la suma de distintos factores: el Puente Rosario – Victoria, el Sol Victoria Hotel & Casino y los atractivos naturales y culturales que hacen de Victoria una ciudad que invita a visitarla en mas de una oportunidad.

5.3 Bibliografía

- Bullon Roberto. Marketing Turístico: una perspectiva desde la planificación. Editorial Turística.(2004)
- Bullon Carlos. Planificación del espacio turístico. México. Editorial Trillas. Segunda edición.(1990)
- Cerra Javier. Gestión de producción de alojamiento y restauración. Editorial Sintesis .Madrid.(1999)
- Chiavenatoldalberto I (2001)
- Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación. Cuarta edición. (2006)
- Hernández Díaz, Edgar. Planificación Turística: un enfoque metodológico. Primera edición. México.(1982)
- Kotler P. Marketing para turismo. Madrid. Pearson Education. SA. Tercera Edición.(2004)
- Molina Sergio. Conceptualización del Turismo. México. Editorial Limusa.(1998)
- Montaner Montejano, Jordi. Estructura del Mercado Turístico. Segunda edición actualizada.(1999)
- OMT. Organización Mundial de Turismo. Madrid (1998)
- Ramírez Blanco Manuel. Teoría General del Turismo. Editorial Diana. México.
- Rubio José; Varas Jesús. El análisis de la realidad en la investigación social, métodos y técnicas de investigación. Editorial CCS. Madrid.
- Sabino, Carlos. Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos .Editorial Lumen .Bs As. (1998)
- Sabino Carlos. El proceso de investigación. Primera edición. Caracas. Editorial Panapo.(1986)
- Toyos, Mónica. Como escribir una tesis en turismo. Primera edición.(2009)

- Vieytes Ruth. Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Primera edición. Bs As. Editorial de las Ciencias.(2004)

Paginas web

- www.turismoentrerios.com/victoria/
- www.eldiario.deljuego.com.ar
- www.welcomeargentina.com
- www.alea.org.ar
- www.entrierioslegal.com.ar
- www.entrieriostotal.com.ar
- www.victoriadelagua.com.ar
- www.solvictoria.com.ar
- www.museocarlosanadon.org.ar
- www.visionovni.com.ar
- www.casino.com/ar/online.
- www.el-casino.com.ar.
- www.diariovictoria.com.ar
- *Ley Nacional de Hotelería N° 18828*
www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content...
- www.victoriaglobal.com.ar
- www.victoriaya.com
- www.comarcaturistica.com.ar
- Noticiasventana.com.ar
- www.juegoresponsable.com.ar
- www.elmolinoresort.com
- www.errter.gov.ar
- www.casinovictoria.com.ar
- www.observatur.com.ar/leyes
- www.lasreglasdelpoker.net

PARTE IV

Anexos

