

Universidad Abierta Interamericana



Facultad de Ciencias Empresariales

Carrera Licenciatura en Comercialización

Sede Rosario - Campus Pellegrini

Año: 2015

Tesina Título

Turismo no convencional, en la ciudad de Victoria (Entre Ríos) y la adaptación comercial al segmento en gay friendly periodo 2010-2015.

Nombre y apellido del presentante: Gervasio Valentín Rizzi

Domicilio: Sarmiento 444 - Victoria (3153) Entre Ríos

Teléfono: 03436-15410872

E-mail: taffarelvalentin@gmail.com

Tutor de Contenidos: Ing. Civil-Psicologo Hernan Cornejo

Tutor Metodológico: Lic. Magdalena Carrancio

Agradecimientos:

Cuantos minutos, horas, días, meses y años voy viviendo, y en fin creciendo.

Lo primero que uno ve es a su familia, papá, mamá y ella mi hermana quien fue mi guía de retos como de sabios consejos. Dios y la Virgen nos unió y nos llevó a transitar la vida universitaria juntos.

A la Universidad Abierta Interamericana, directivos, equipo docente, los cuales han hecho que cada día que transito pueda capitalizar lo aprendido en sus aulas. , haciendo de este modo que finalice como alumno mi carrera.

Quiero agradecer a cada profesor que tuve y en esta etapa final a Hernán mi tutor de tesis y a mi tutora Metodológica Magdalena, a quienes tantas veces he recurrido para consultar, evacuar dudas, en fin, darle forma a mi proyecto de investigación. Ni más ni menos que para poder finalizar. Y ser hoy un profesional nuevo en el mercado.

INDICE

INTRODUCCION	6
Capítulo I	9
Turismo no Convencional. Una tendencia mundial	9
1.1. Orígenes y evolución del Turismo LGTB:	10
1.2. Características del Turismo LGTB:.....	11
1.3. Requerimientos:	12
1.4. Ciudades de Latinoamérica que mayor afluencia de turistas del colectivo LGTB reciben.	12
1.5. Las principales ciudades de Argentina que reciben Turismo LGTB	13
Capítulo II.....	17
Victoria la ciudad de las siete colinas	17
2.1. Atractivos Turísticos:.....	18
2.1.1 Aspectos históricos:	18
ORÍGENES DE LA MATANZA – VICTORIA.....	18
La fundación del Oratorio de La Matanza:	19
-Quinto cuartel	20
-Centro cívico:	20
2.1.2. ASPECTOS ARQUITECTÓNICOS.....	21
2.1.3 ASPECTOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS	23
-Templo Parroquial:	23
-Palacio Municipal	23
-Abadía “Del Niño Dios”	23
Museo de la ciudad “Carlos Anadon”	24
-Banda municipal “Sebastián Ingraó”	25

-Carnaval “Una Vieja Tradición”	25
Fenómeno ovni.....	25
2.1.4 ASPECTOS NATURALES.....	26
Avenida costanera y zona puerto	26
-Cerro “La Matanza”	26
-Monte de ombúes.....	27
-Mirador virgen de Fátima:	27
-Conexión vial Victoria – Rosario (Paseo de Islas)	27
2.1.5. Servicios turísticos:	27
-Servicios específicos de alojamientos turísticos.....	28
2.1.6 Oferta de negocios gastronómico “Guía gastronómica”	29
-Otros servicios al turista	30
La ciudad tiene como principales productos:	30
CAPITULO III:	32
Victoria, ciudad gayfriendly?.....	32
Unidad de análisis:.....	33
PROPUESTA DE ACCIÓN.....	37
Bibliografía:	39
Libros generales	39
Libros especializados	39
Entrevistas	39
Sitios Web	40
Anexo	41
Sol Victoria Hotel y Casino	42
Bienvenido a Sol Victoria Hotel & Casino	42

Habitaciones	42
Irupé Spa	43
Gastronomía	44
Eventos y Convenciones	44
Actividades recreativas.....	44
Atractivos turísticos de Victoria Entre Ríos.....	45
Casino Victoria	45
 PARQUE TERMAL “VICTORIA DEL AGUA”	46

INTRODUCCION

En la presente investigación abordaremos el turismo no convencional. Buscamos conocer sus posibilidades de desarrollo en el mercado nacional y el estado en el que se encuentra en la ciudad de Victoria, Entre Ríos.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT): “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual.”

De tal modo, el turismo avanza en aquellos lugares que les ofrecen atractivos distintos, no habituales. Es el rubro que más creció en los últimos años, lo vemos a diario en las propuestas que nos hacen las distintas agencias de viaje.

Hoy en día es común que nos ofrezcan turismo a destinos considerados hasta no hace veinte años como exóticos, por ejemplo China, el sudeste asiático, Turquía, Alaska. Lo común hasta fines del siglo XX era visitar destinos tradicionales tales como Europa Occidental y algunos países de América.

En la presente investigación, abordaremos las posibilidades y limitaciones que se han desarrollado en el último lustro en cuanto a las ofertas del sector respecto al nicho que delimitamos a continuación:

Nuestro tema es: **Turismo no Convencional en la ciudad de Victoria, Entre Ríos. Período 2010 – 2015.**

Dado lo antedicho, nos proponemos conocer si el sector comercial de: La ciudad de Victoria (Entre Ríos) durante el período 2010-2015 ¿De qué formas ha respondido en términos de servicios turísticos, al fenómeno del turismo no convencional? Particularmente el nicho gay-friendly.

Para responder a esta problemática nos proponemos el

Objetivo general:

Evaluar si la ciudad de Victoria reunió las condiciones necesarias para recibir turismo no convencional y ser catalogada como amigable, durante el período 2010 – 2015.

Y como

Objetivos específicos:

Describir los principales aspectos que reúne la ciudad de Victoria como ciudad turística.

Identificar cuáles son los requerimientos del mercado del colectivo LGBT (Lesbianas, Gays, Transexuales y Bisexuales).

Establecer una serie de categorías de análisis que nos permitan determinar la respuesta del sector comercial ante las demandas del turismo no convencional en los años 2010 a 2015.

Consideraciones Metodológicas:

Diseño:

Para la realización de la investigación nos posicionaremos en el paradigma Cualitativo. Buscamos conocer y describir una porción de la realidad social, particularmente, qué respuestas ha dado el sector turístico de la ciudad de Victoria a la demanda de los visitantes del colectivo LGTB. Entendiendo a estos fines que tal posición paradigmática nos ofrece un amplio abanico de estructuras descriptivas.

Instrumentos de recolección de datos:

Para la recolección de datos realizaremos un trabajo de campo basado en técnicas de primera y segunda mano. La entrevista basada en cuestionarios estructurados es nuestra fuente de relevamiento de datos de primera mano. La investigación bibliográfica, documental, de archivo, constituyen nuestras técnicas de recolección de datos de segunda mano.

Tratamiento de los datos:

Para el análisis de datos, nos basaremos en la construcción de categorías de análisis suministradas por el marco teórico, a partir de las mismas elaboraremos

las entrevistas y cuestionarios para luego contrastar el relevamiento del referente empírico con la teoría.

ESTADO DEL ARTE

El estado de situación de la presente temática en función de diversas indagaciones y relevamientos documentales, estadísticos, de fuentes bibliográficas, a la fecha no presenta investigación alguna en la ciudad de Victoria, Entre Ríos. De modo tal que anexamos investigaciones relacionadas a la temática llevada a cabo en nuestro país.

http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/431/tesis-4395-la.pdf

http://www.palermo.edu/dyc/pgraduacion/archivos_bajada/mejores_pg/2008-2/MPG200802-LP-TaverasJoaquin.pdf

Capítulo I

Turismo no Convencional. Una tendencia mundial

El presente capítulo tiene por objetivo establecer cuáles son los requerimientos del mercado homosexual desde 2010 hasta 2015. Para ello vamos a estudiar el origen y evolución del turismo LGTB, sus características y demandas; asimismo describiremos los atractivos de las principales ciudades con mayor afluencia turística del mencionado colectivo en América Latina y Argentina desde los orígenes de este fenómeno.

Iniciamos una aproximación conceptual general respecto del concepto “turismo”. Recurrimos a la definición que proporciona la Real Academia Española (RAE):

Turismo: (Del ingl. *tourism*).

1. m. Actividad o hecho de viajar por placer.
2. m. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes.

Partiendo desde estas definiciones rigurosas, y a otras definiciones, encontramos que es importante planificar e implementar el desarrollo de un producto turístico. Lo ideal es reconocer el valor de crear y gestionar con éxito la marca de un destino.

El manual de desarrollo de productos turísticos de la OMT y del Grupo Expertos en Turismo (CET), establece lo fundamental, que es saber mostrar un abanico de enfoques y de los casos prácticos que son llevados con éxito por todo el mundo. *“Ningún producto puede estar desligado de tres conceptos que tienen que ver con el desarrollo del producto y que son: destino, recurso y oferta. Sin un recurso (por ej. una catarata) con potencial para el turismo, no hay producto y sin un espacio geográfico tampoco habría turismo, por lo tanto estos conceptos están ligados unos con otro.”*¹

¹ COMISIÓN EUROPEA DE TURISMO Y ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Manual de desarrollo de productos turísticos, OMT, Madrid, 2013. P. 13.

La OMT (1998) establece, a pesar del tiempo pasado, que un producto turístico es *“el conjunto de servicios, infraestructuras y organizaciones puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”*.²

En el *“Manual de Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos”*³, se define el concepto de desarrollo de productos como *“la implementación basada en una oferta existente de atractivos, equipamientos y servicios que pueden ser agrupados y presentados de una forma que puedan ser percibidas como algo atractivo para segmentos específicos del mercado o complementados con algunas atracciones nuevas, equipamientos, actividades, eventos, y/o servicios dirigidos a mercados y/o segmentos específicos”*⁴. Otro concepto interesante es: *“el desarrollo del producto turístico es un proyecto donde se deberán fijar objetivos, metas y estrategias. Sólo cuando se tenga claro qué tipo de producto se quiere promover se podrá diseñar una organización capaz de desarrollarlo y gestionarlo con éxito”*.⁵

A partir de lo expuesto sobre los productos turísticos, de ahora en más, nos dedicaremos a poner especial énfasis en definir claramente a qué tipo de turista nos dirigimos y en qué contexto: estamos hablando específicamente del posible turista no convencional.

1.1. Orígenes y evolución del Turismo LGTB:

En el lejano 2001, cuando el país se deslizaba con rapidez hacia el precipicio económico y social, la comunidad gay internacional comenzó a llegar a la Argentina. En ese contexto de crisis, y mientras el turismo internacional se paralizaba a consecuencia de los traumáticos atentados de la Torres Gemelas de Nueva York, hubo un 17 por ciento de arribos de gays al país.

*“Los gays viajaron igual y fueron los primeros en llegar y los primeros en pasar el boca a boca, por eso fue tan masivo que hubo un momento en que el 17% de los arribos eran gay y lesbianas, según mediciones realizadas por la ciudad de Buenos Aires”*⁶, destacó el titular de la Cámara de Comercio Gay Lésbico Argentina (CCGLAR), Pablo De Luca.

² Idem. P.7. 2013.

³Idem. 2013.

⁴ Idem. P.19. 2013.

⁵ Idem. P105. 2013.

⁶<http://www.telam.com.ar/accesible/notas/201309/33408-un-crecimiento-sin-limites-del-turismo-lgbt.html>. Consulta: 1 de Julio de 2014.

Más de una década después de esos tumultuosos años, el turismo LGBT eligió definitivamente el país como uno de sus destinos predilectos. Si se tienen en cuenta los beneficios para el desarrollo económico que tiene este segmento, se puede adivinar el interés que ha despertado la promoción del producto LGBT en diferentes puntos.

“El año pasado se llegaron a los mil millones de arribos de turistas en el mundo, de los que se estima que el 10 por ciento son turistas gay. Si vamos a las estadísticas que hicimos este año –en noviembre se presentarán los nuevos guarismos-, y tomando la cifra conservadora del 10 por ciento que dice la Organización Mundial del Turismo (OMT), y le agregamos el cálculo de que ese diez por ciento gasta el quince por ciento del dinero, estamos hablando de cien millones de gays que gastan lo que gastarían 150 millones de turistas en el mundo”, refirió el especialista.⁷

"Este mercado, considerado marginal hace algunos años, se convirtió en un verdadero mercado⁸", destacó Clark Massad, representante europeo de la International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA). Prueba de ello es que la asociación, que cuenta con 2.200 miembros en 87 países, se convirtió oficialmente en un miembro más de la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante una ceremonia en el "Pink corner" del salón, dedicado al turismo homosexual.

Si bien en cada investigación o análisis de este mercado cabe destacar que el segmento más creciente es de los gays.

1.2. Características del Turismo LGTB:

Es importante establecer para este trabajo las características del turista LGTB, ya que esos datos resultan significativos para considerar a la ciudad de Victoria como potencial lugar de visita.

Sobre sus preferencias encontramos que la mayor cantidad de ellos no tienen hijos, generalmente de economía holgada, lo que les permite gastar aproximadamente un 30% más que los demás y están disponibles a viajar en períodos ajenos a las vacaciones escolares. Es un mercado extremadamente diversificado, son consumidores exigentes que buscan de todo. Desde la vida nocturna hasta las playas y las actividades culturales son un punto importante para ellos.

⁷ Idem. 2014.

⁸ Idem. 2014.

El perfil del turista gay o no convencional es el de una pareja de profesionales, con sueldos importantes, culta, que viaja entre seis y siete veces al año y en general no tiene obligaciones familiares.

1.3. Requerimientos:

Para dar respuesta a sus demandas, algunos hoteles capacitan especialmente a su personal, aunque la finalidad no es que los huéspedes homosexuales se sientan diferentes, sino que se sientan bien recibidos, de la misma manera que los demás.

La guía de turismo gay Spartakus, la más importante del mundo, hace referencia que este tipo de turista busca aquello que les ofrecen espléndidos museos, teatros y una oferta cultural muy rica.

La comunidad gay continuamente demanda productos y servicios específicos. Para ello, representantes de agencias de viajes y profesionales del turismo podrán asistir a conferencias impartidas por especialistas en el sector

1.4. Ciudades de Latinoamérica que mayor afluencia de turistas del colectivo LGTB reciben.

A continuación abordaremos las características de aquellas ciudades con mayor recepción de turistas del colectivo LGTB. Nos referimos a:

Montevideo, Buenos Aires, Río de Janeiro, Ciudad de México, Guadalajara.

Cabe destacar que hay países llamados del primer mundo los cuales están muy avanzados en este segmento de turismo.

Sin embargo podemos decir que hay países de Latinoamérica que han ido creciendo de apoco en materia de producto y servicio al turista. La moneda de cambio ha sido muy favorable a la hora de elegir destino hacia nuestros países. Las distintas ofertas turísticas con combinación de diversas actividades en función de los distintos climas que existen en nuestra región, ha incidido favorablemente a a la hora de la elección de estos lugares destino.

Montevideo, Uruguay

Considerada la ciudad más amistosamente gay del continente, la capital uruguaya ha gozado de políticas de Estado en las que la diversidad, la inclusión y la antidiscriminación son leyes y valores cada vez más aplaudidos entre sus ciudadanos. Además, Montevideo se perfila como un importante destino turístico

gay con una amplia oferta cultural en la que la comunidad GLBT es la invitada de honor.

Buenos Aires, Argentina

Desde que en 2010 se legalizó el matrimonio entre personas de mismo sexo, Buenos Aires se ha convertido en un importante polo de turismo gay. Además de toda la oferta recreativa que siempre ha caracterizado a la ciudad porteña, se le suman la cada vez más numerosa lista de restaurantes, bares, discotecas y clubes destinados al público gay.

Río de Janeiro, Brasil

La ciudad carioca siempre ha sido un gran atractivo turístico gay. Su importante oferta de hoteles y discotecas de ambiente ha atraído a miles de turistas de todas partes del planeta. Pero más allá de sus bellezas naturales y de su chispeante vida nocturna, las autoridades de Río se han propuesto consolidar la ciudad como un lugar libre de discriminación, y actualmente se vende como el lugar ideal para que todos, sin importar raza, sexo y orientación sexual, disfruten de la vida.

Ciudad de México

No todo el mundo sabe que, aunque en todo México el matrimonio igualitario todavía no es ley, en el Distrito Federal sí lo es. Con amplios sectores dedicados exclusivamente al público gay, como la Zona Rosa, la Ciudad de México ha tenido campañas oficiales en las que exigen a sus habitantes el respeto por la diversidad sexual. Pasear por las colonias de Condesa, Polanco, Juárez y Nápoles de la capital mexicana y ver la libre expresión de amor de una gran cantidad de parejas del mismo sexo, te hace saber que estás en territorio LGTB.

Guadalajara, México

Aunque el DF es la ciudad más LGTB de México, los mexicanos aseguran que es en Guadalajara donde viven más personas pertenecientes al mencionado colectivo, por lo que en los últimos años los establecimientos dedicados a la comunidad LGBT se han multiplicado. El centro histórico de Guadalajara es un amplio abanico de ofertas gastronómicas y de entretenimiento nocturno y, la cercanía con Puerto Vallarta, ciudad costera con una grandísima oferta gay, convierte a la capital de Jalisco en un importante polo gay.

1.5. Las principales ciudades de Argentina que reciben Turismo LGTB

En este apartado, describiremos las ciudades de nuestro país que en función de la oferta empresarial, reciben mayor afluencia de turistas pertenecientes al colectivo LGTB.

Buenos Aires

La Ciudad de Buenos Aires se posicionó como el principal destino gay friendly de la Argentina, luego de haber sido elegido en dos oportunidades como “el mejor” por la revista Out Traveler, especializada en turismo LGBT.

La propuesta porteña incluye espectáculos culturales, hoteles, discos, saunas, bares, propuestas de medicina estética, agencias de viajes y festivales especializados. San Telmo y Recoleta son los barrios preferidos por la comunidad LGBT. El tango es uno de los productos más solicitados, especialmente, bajo el nuevo concepto de Tango Queer, que consiste en modificar normas y códigos establecidos con el objetivo de experimentar un intercambio de roles de género.

Hay además:

Discotecas como Amerika (Gascón 1040), entre las más grandes de América Latina, Contramano (Rodríguez Peña 1082), una de las más antiguas y exclusiva para hombres.

Las ofertas gastronómicas incluyen a Chueca Restobar (Honduras 5255); La Marigalante (Bolívar 898) con propuestas afrodisíacas; e Inside Gay Restaurant (Bartolomé Mitre 1571).

El City Tour Gay por la Ciudad con cena, bebidas, visita a dos pubs y una disco desde U\$S 210.

Mar del Plata

El segundo destino LGTB del territorio bonaerense es la ciudad de Mar del Plata, sobre la Costa Atlántica, donde el atractivo para el segmento LGBT pasa por la combinación de playa e intensa vida nocturna, entre discos, bares y teatros de revista.

A unos 800 metros el faro de Punta Mogotes, se encuentra la primera playa privada de la comunidad gay: Calú Beach, donde sólo está restringido el acceso a menores de 18 años. Entre los sitios más visitados figuran también Playa Escondida, a 25 kilómetros del centro, sobre la Ruta Nacional 11; y un sector de Playa Chica, en plano casco urbano.

Según las estadísticas del sector, al menos un 15 por ciento del turismo que arriba a la “Feliz” pertenece al segmento LGBT. Uno de los pasos fundamentales fue también la aprobación del matrimonio igualitario a nivel local, que permite a muchos extranjeros elegirlo como un destino de luna de miel. Además, la ciudad ofrece playas nudistas y bares amigables, con shows temáticos y transformismo.

Rosario: juvenil y cultural

En el corazón de la Pampa Húmeda, Rosario representa un nodo conector dentro de la provincia de Santa Fe y funciona como puerto de acceso a las diferentes regiones de la Argentina. Se trata del tercer destino gay friendly que ofrece el país, a tan solo 300 kilómetros de la Ciudad de Buenos Aires, sin nada tiene que envidiarle en cuanto a patrimonio histórico, museos y teatros.

Una de las acciones más importantes de Rosario fue la elaboración de un mapa gay, en el que se encuentran hoteles, bares y discos amigables. Las cifras oficiales indican que al menos 200 personas de la comunidad visitan la ciudad cada fin de semana, ya sea desde el interior del país así como los extranjeros que viajan desde Buenos Aires.

En la página de promoción turística local también existe una solapa llamada "Diversidad", en la que los interesados ingresan a una guía con información de sitios recomendados para visitar. Entre los lugares preferidos se encuentran la feria retro, la noche en Pichincha, alguna excursión náutica por el Paraná y los museos de arte.

Hay discos exclusivas como Gotika (Mitre 1539); El Refugio (Laprida 847); El Beso (Güemes 2631); Fusion (Zeballos y Corrientes); La Previa (San Martín 1435); e Inizio (Mitre 1880).

En cuanto a restaurantes amigables figuran Barnom (Jujuy 2868) y Club 953 (San Luis 953).

Si bien no hay un hotel específico para el segmento, varios alojamientos brindan habitación matrimonial a parejas del mismo sexo: Ava Miriva (Circunvalación y Rondeau), Marbella (Circunvalación y Autopista a Santa Fe), Urquiza Apart Hotel (Urquiza 1491) y el Che Pampa's (Rioja 812).

Mendoza: Por los Caminos del Vino

El cuarto destino LGTB recomendado para visitar en la Argentina es la provincia de Mendoza, en plena región de Cuyo. Se trata de la principal productora vitivinícola que tiene el país, destacada a nivel mundial por la cepa Malbec. Allí, la CCGLAR desarrolló en los últimos años una serie de talleres de capacitación para los operadores turísticos locales relacionados con el segmento LGBT.

Uno de los atractivos principales de Mendoza para la comunidad gay es la legislación que habilita a los extranjeros con residencia transitoria -apenas cinco

días- a casarse en la provincia. De acuerdo a las estadísticas, se trata de la segunda provincia más visitada por el segmento LGBT.

Hay oferta de actividades en centros de esquí, complejos termales y circuitos de trekking cordilleranos; los Caminos del Vino se desarrollan principalmente en el Gran Mendoza y Valle de Uco; los destinos urbanos, generalmente elegidos por hombres, son Malargüe, Mendoza Capital y San Rafael; y también los espacios de naturaleza, son los de mayor preferencia para las mujeres.

En Mendoza Capital, uno de los sitios imperdibles es Queen, con excelentes shows, artistas y elencos de gran apetencia para el público americano y europeo.

Chubut: Costa patagónica

El último destino LGTB recomendado para visitar en la Argentina es Puerto Madryn, en la provincia de Chubut, reconocida mundialmente por el avistaje de ballenas durante la temporada que se extiende de junio a diciembre. Junto con El Calafate y Bariloche son los sitios habitualmente elegidos por la comunidad para descubrir los encantos de la Patagonia.

Desde la ciudad de Puerto Madryn una de las excursiones turísticas tradicionales es la que recorre Península de Valdés, declarada por UNESCO Patrimonio Natural de la Humanidad, donde se encuentra también Punta Tombo, una de las pingüineras más grandes del país.

En esta región costera ideal para el avistaje de fauna marina el segmento LGBT busca ofertas de ecoturismo relacionadas directamente con la naturaleza.

Características del Consumo Internacional:

En estas ciudades cuando arriba el turista LGTB internacional tiene un promedio de consumo diario estimado ascienda a U\$S 200.

En el país, existen agencias dedicadas exclusivamente al segmento LGBT, las cuales ofrecen paquetes completos en los que incluyen hoteles, restaurantes, centros culturales, eventos y discos. El 50 por ciento del turismo gay llega desde Estados Unidos, el 35 por ciento de Europa y el 15 por ciento de países latinoamericanos.

Cabe resaltar que hay ciudades que cuentan con eventos exclusivos anualmente como son la Fiesta de la Vendimia Gay, en Mendoza; la Fiesta de la Nieve Gay, en Bariloche; y el Festival de Tango Queer, el Festival de Cine DIVERSA y la Marcha del Orgullo Gay, en Buenos Aires.

Capítulo II

Victoria la ciudad de las siete colinas

“La ciudad de Victoria fue privilegiada con dotes geográficas. Está ubicada al sudoeste de la provincia de Entre Ríos planeada al más puro estilo español. Ciudad de calles rectas pero en continuo desnivel y delimitada por cuatro boulevares que separan a la ciudad en sí de la zona de chacras.

Con playas y balnearios, con espacios históricos, con un espléndido carnaval, con deportes náuticos, la propuesta turística de la ciudad de Victoria alcanza su máxima expresión con la sofisticación de su casino y con el Complejo Termal y Parque Acuático.

Este destino promete al turismo una hotelería placentera, una amplia oferta gastronómica y una estadía desestresante, entretenida en cualquier momento del año.”⁹

El turismo no convencional tiene características muy particulares. Hay diferentes grupos que se inclinan por viajes con aventuras sexuales, en otros predomina la seguridad tanto en desarrollo como ciudad y culturalmente, es decir que sean observados como extraños. Muchos se inclinan más por lugares que puedan adaptarse socialmente más rápido con dicho segmento para conseguir vínculos con el fin de disfrutar a pleno las estadías. Sabiendo y priorizando sus prioridades buscan todo lo que sea placentero con nuevas aventuras como el paseo, el sol, la paz, la naturaleza, así como su recreación y disfrute de aire

Este destino promete al turismo una hotelería placentera, una amplia oferta gastronómica y una estadía desestresante, entretenida en cualquier momento del año.

⁹ MUNICIPALIDAD DE VICTORIA. Oficina de Turismo. 2007.

2.1. Atractivos Turísticos:

Son los atributos que tienen valor en un destino y que se pretende comunicar para que seduzca al turista. A continuación describiremos los atractivos históricos, culturales y artísticos, arquitectónicos y naturales de la ciudad de Victoria

2.1.1 Aspectos históricos:

A los fines de nuestra investigación, consideramos de suma relevancia explicitar algunos acontecimientos de gran significatividad histórica no solo para la ciudad de Victoria sino también para el Virreinato del Río de la Plata y los gobiernos posteriores a la Revolución de Mayo. Para tal fin, daremos cuenta de la importancia histórica y su relevancia para un turista curioso e interesado en los derroteros de nuestra constitución como Estado – Nación.

Orígenes de la Matanza – Victoria.

“Aproximadamente hasta el año 1750, estas tierras eran habitadas por los “Minuanes”, quienes luego de una batalla con las tropas de Manuel Vera y Mujica, fueron exterminadas, dejando signado el nombre de “LA MATANZA”, al poblado que surgió con el tiempo.

Victoria no tuvo acta oficial de fundación. El 13 de mayo de 1810, bajo la advocación de Nuestra Señora de Aránzazu, se inaugura el primer Oratorio, acontecimiento de gran relevancia que marca el nacimiento del pequeño rancherío que lentamente fue creciendo en el escenario de lomadas que hoy nos rodea.

Simultáneamente, los primeros inmigrantes, (vascos y genoveses) llegan a la zona del Quinto Cuartel y comienzan a escarbar los vientres de los cerros en busca de la Piedra caliza que luego de ser quemada en los hornos (de los cuales quedan vestigios), se convierten en cal.

Pronto se van poblando los campos de hacienda, abren sus puertas los primeros almacenes, el Puerto Viejo presenta una intensa actividad exploradora de la producción regional: Cueros, pieles, aceite de pescado y toneladas de cal, que espera la ciudad de la Plata para ser levantada. Tiempo después el trigo y el lino de estas tierras, entraran al mercado rioplatense.

Sin olvidarnos de la vida social y espiritual que hizo posible sociedades, que construyeron edificios de gran importancia arquitectónica, que hoy son orgullo de los victorienses.

Victoria, consciente de una herencia gloriosa en todos los campos, mira al futuro renovado esperanzas en los singulares atardeceres del río prodigioso”.¹⁰

La fundación del Oratorio de La Matanza:

Según los historiadores Carlos Anadon y María del Carmen Murature, “*el acontecimiento trascendente en la vida de los primeros pobladores es la fundación del Oratorio.*”

Poblados los pagos circunvecinos y establecidos en el cerro, un núcleo de familias llegados de manera imprecisa, deciden gestionar la creación de un Oratorio para satisfacer la asistencia espiritual que en forma precaria recibían desde San Antonio de Gualaguay, Ntra. Señora del Rosario de la Bajada y Ntra. Señora del Carmen de Nogoyá. La Matanza correspondía a la jurisdicción eclesiástica de Ntra. Sra. Del Rosario de la Bajada.

Concedida la autorización para la construcción del Oratorio de La Matanza, de fecha 31 de octubre de 1808, e iniciada la erección del mismo y en vías de terminarse, los vecinos gestionaron ante las autoridades competentes la organización de un pueblo alrededor del Oratorio, con todas las formalidades legales vigentes en tales casos.

Hasta 1808 el pago de La Matanza está habitado por familias cuya distribución no responde a ningún ordenamiento. El núcleo originario del Cerro, se ha conformado espontáneamente y no tiene otro incentivo que la voluntaria asociación de los patriarcas.

El pedido de autorización para la construcción de un Oratorio, es acompañado de un plano fijando su ubicación. Incompleto a todas luces, pues carece de orientación expresa, nada permite dudar, que no corresponda a la ubicación actual de la Iglesia y que la calle delineada al frente no sea hoy calle Fundador Ezpeleta. El trazado responde al delineamiento de todas las ciudades coloniales, sus calles cortadas en ángulo recto y teniendo por centro la plaza, y en sus frentes opuestos, el Oratorio y la Comandancia. El petitorio de fundación de pueblo no alcanzó el veredicto de las autoridades virreinales, pero el vecindario se agrupó en torno al flamante Oratorio, paulatinamente.

Desde entonces, hasta 1824 no se tiene conocimiento de ninguna gestión oficial en pro del pueblo de La Matanza.

¹⁰ ANADON, C. MURATURE, M. Historia de La Matanza – Victoria. Córdoba, Ediciones del Museo Carlos Anadon, 1985. Pp. 47-48

Ningún documento anterior a 1829 permite dilucidar las causas o hechos que inspiraron al Gobernador León Sola la sustitución del nombre de La Matanza por el de Victoria.

El nombre epónimo cuyo origen ha sido examinado por la investigación de destacados historiadores entrerrianos, sin coincidir en una fecha precisa responde a un acontecimiento luctuoso de dominación y exterminio de la raza primitiva en nombre de la civilización colonizadora. Puede haber respondido a una solicitud de los pobladores, deseosos de no ser denominados por una advocación de tan infeliz recuerdo, o bien responder a una iniciativa particular del Gobernador progresista, dispuesto a dejar en los pueblos entrerrianos profundas huellas de su acción gubernamental”.¹¹

-Quinto cuartel

El primer centro poblacional, surge en la zona conocida como Barrio de la Caleras o Quinto Cuartel, aproximadamente hacia el año 1800.

“Los primeros inmigrantes fueron vascos, ellos explotaron los primeros hornos de cal. Fue un barrio próspero, donde la industria y el comercio cumplieron un papel fundamental. El pueblo llegó a tener un banco propio que emitió su propio dinero, cuyas ruinas aún existen.

La de población y decadencia del barrio, fue consecuencia de una serie de factores entre los que se considera: Creación de un nuevo puerto próximo al ferrocarril y a la zona urbana y el paulatino traslado de las actividades comerciales y administrativas al centro de la ciudad, que había comenzado a formarse alrededor de su iglesia matriz. Debe sumarse además el agotamiento de los yacimientos de cal más próximos que encareció el proceso”¹².

-Centro cívico:

Conformado en torno a la Plaza “San Martín” a derredor de la cual se hallan varias de las más significativas instituciones como lo son:

“Club Trabajo y Placer, se funda el 31 de mayo de 1912. Su primer presidente fue don Cayetano Lucente. El ciclo de este primer siglo de vida se cierra progresista y promisor. Las severas normas de la vida colonial han resquebrajado

¹¹ ANADON, C. MURATURE, M. Historia de La Matanza – Victoria. Córdoba, Edición del Museo Carlos Anadón. 1985, pp. 63-64.

¹² IDEM, 1985. P 40.

sus rígidas estructuras. Romanticismo y liberalismo finisecular y de principios de siglo, abren paso a nuevas concepciones de vida. Los inmigrantes afincan y la inquieta busca de horizontes termina las tradicionales casonas, donde se prolongan las sucesivas generaciones. Los lugareños se disputan el gobierno con los recientes pioneros. De este crisol surge la ciudad recostada en las colinas. (1898) Policía y Tribunales (1906); Banco de Entre Ríos (1908); Ex Banco de Italia (1907); Club Social (1912)".¹³

2.1.2. ASPECTOS ARQUITECTÓNICOS

Las Leyes de Indias que rigieron la fundación de ciudades en la colonia expresaban lo siguiente: *"Nuestras ciudades coloniales fundadas bajo la vigencia de ese instrumento y las fundadas posteriormente presentan la común característica de estar edificadas en sitios llanos. Quizá por esta habitualidad, es que Victoria, antes la Matanza, ofrece desde que se la percibe en el horizonte una agradable e inusual sorpresa. Y es que Victoria no nació por decisión de un funcionario sino por la agrupación espontánea en un sitio peculiar. Se asienta sobre suaves lomadas que descienden hacia los baldíos surcados por los numerosos brazos y afluentes del Paraná".¹⁴*

Las características generales de la arquitectura victoriense siguen los términos generales de las ciudades principales de su zona de influencia, sobre todo Paraná – Rosario, signadas por la fuerte corriente italianizante, pero en los detalles, se reconocen ciertas características locales.

A nivel morfológico, es de destacar un mayor eclecticismo en los motivos de los elementos decorativos (por ej, capiteles lotiformes), así como una mayor abundancia e individualidad de los mismos. Y a nivel tecnológico, una ejecución de alta calidad que ha permitido que numerosas construcciones hayan llegado a nuestros días en perfecto estado de conservación.

Debemos al testimonio de don Vicente Vela, uno de los hombres más ilustrados del siglo XIX victoriense los caracteres de Victoria a mediados del siglo XIX. *"Una crónica extensa de las metamorfosis sufridas por Victoria en su vida edilicia, requeriría muchas páginas y una pluma mejor cortada que la nuestra. Los ancianos que han presenciado la transformación de sus hogares y los trabajos de la piqueta demoledora de los primitivos ranchos y la construcción de los actuales edificios sobre los asientos de aquellos cuentan en los atónitos corros, lo que era en sus buenos tiempos nuestra plaza principal, rodeada de ranchos pajizos*

¹³ IDEM, 1985, P.65.

¹⁴ ANADON, C. MURATURE DE BADARACCO, M. Historia de la Matanza – Victoria. Córdoba, Edición del Museo Carlos Anadón. 1985, p. 280.

protegidos por fuertes de palo a pique, ostentando en sus patios abiertos uno que otro paraíso y numerosas plantas de tuna.

El terreno de la plaza servía de cuadra a las lecheras y a los caballos de los vecinos. Se conocía por plaza porque así figuraba en el trazado del pueblo. El Templo actual, que entonces llevaba el modesto nombre de Oratorio de la Virgen de Aranzazú, era un simple rancho pajizo, llamado a desaparecer recién el año de 1875. Otro rancho pajizo era el destinado a la "Comandancia" de entonces y ranchos de paja y adobe la casa del Doctor Vivanco y las demás de todos los propietarios fronterizos a la plaza. Las construcciones de las calles adyacentes eran por el mismo estilo o aún más inferiores.

Era la vida inicial de un pueblo que recién ensayaba sus primeros pasos. Sin embargo, la Gefatura (sic) de Policía, la Escuela Graduada, las casas de los hermanos Ezpeleta, la de don Pío Godoy, fueron los primeros edificios de ladrillos que rodearon nuestra plaza".¹⁵

Respecto a los caracteres de Victoria en la segunda mitad del siglo XIX, debemos consignar, siguiendo a Murature y Anadon, el pasaje de la ranchada al estilo colonial. "Podemos afirmar con casi absoluta seguridad que el primer edificio en ladrillo fue la Escuela Graduada de Varones que se inauguró en 1848, y fue construida por los soldados de la División Victoria que presidía el Dr. Sacerdote Miguel Vidal bajo el control directo del General Urquiza.

Era un frente del más sencillo estilo colonial, esquina sin ochava, ventanas con rejas de hierro. Se demolió a principios de este siglo para construir el club social.

Correspondería a este estilo la casa de Pío Godoy. De este estilo propio de la Confederación son las dos casas de "alto" de la esquina de Piaggio y Maipú. Esquinas sin ochavas, rejas de hierros cuadrados cruzadas con dos transversales. Puertas bajas, una de cuyas hojas se abría al medio.

El último cuarto de siglo es la era de las grandes construcciones. La presencia de grandes arquitectos determina una renovación oxigenante. Luiggi Sessarego construye la Sociedad Italiana, Gregorio Algán, español y los hermanos Bartolomé y Antonio Matas, mallorquines españoles, edifican la Iglesia; el arquitecto don Bernardo Rígoli, Jefe del Departamento Topográfico de Entre Ríos, el ingeniero Gabriel Vivanco, los empresarios constructores Botteri y Ghiggino, contribuyen cada uno en su especialidad a dar un tono a la ciudad.

Las nuevas construcciones son de un definido estilo italianizante, de villas lujosas. Las fachadas con frisos de hojas, pájaros y máscaras. Columnas empotradas con capiteles de hojas de acanto. Zaguanes a los que se accede por una breve escalinata de mármol, de losange de mármol blanco y negro con una cancela del más trabajado hierro y da acceso a la "loggia" o patio que repite los detalles de la fachada. Ventanas con rejas de lujosa artesanía que abren dos

¹⁵ Idem. 1985, pp. 280-281.

hojas en balcón que toma todo el frente de la fachada si es primer piso o dos balcones simétricos en la planta baja”.¹⁶

Otro punto importante a destacar dentro del tesoro arquitectónico de Victoria constituye el arte de la herrería, particularmente las rejas, que hasta la fecha constituyen verdaderas obras de arte. *“La artesanía de las rejas es muy antigua. Sabemos que los primeros edificios de ladrillo se construyeron a mediados del siglo pasado. A fines del siglo XIX, con la llegada de los herreros italianos, esta artesanía alcanza su máximo esplendor. Cancelas, balcones, rejas, adornan las construcciones de esa época”.¹⁷*

2.1.3 ASPECTOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS

-Templo Parroquial:

Se venera en él a la patrona de nuestra ciudad Nuestra Señora de Aránzazu, la Virgencita Vasca que llegó con los inmigrantes. La iglesia es una pequeña joya arquitectónica inaugurada en el año 1875.

Su interior se encuentra totalmente cubierto por pinturas pertenecientes a Augusto Fusilier que les otorga al templo una cálida tonalidad amarillenta y dorada.

-Palacio Municipal

Fue inaugurado en el año 1902 son notables en él las influencias de los nuevos aires franceses. Remata con su presencia en el entorno Cívico – Religioso de relevancia arquitectónica nacional con otros exponentes históricos. Este año se terminó con la restauración del frente del Palacio Municipal.

-Abadía “Del Niño Dios”

La Abadía del Niño Dios fue fundada el 30 de Agosto de 1899 por la Abadía de Belloc, Francia, y es el Primer Monasterio Benedictino de Hispanoamérica. Desde su fundación la Comunidad ha tenido una gran influencia en la vida religiosa, educativa y social de la región a través del trabajo pastoral en la Parroquia de Victoria, la actividad Misionera, el colegio agrícola- industrial transformado después en comercial, y los distintos productos artesanales, especialmente la miel y el licor monacal.

¹⁶ Idem. 1985, pp.283-284.

¹⁷ Idem. 1985, p. 294.

La abadía es además “Refugio de Peregrinos”, contando para ello con todas las comodidades para todos los que se acercan en busca de paz y encuentro consigo mismo.

Museo de la ciudad “Carlos Anadon”

Ubicado en Av. Congreso 593 en pleno centro de la ciudad se encuentra el Museo histórico de la ciudad Carlos A. Anadon.

El 8 de Septiembre de 1982, festividad de la “Virgen de Aránzazu”, patrona de la ciudad, se inaugura el mismo llevando el nombre del histórico Carlos Anadón, el Museo de la ciudad. El mismo fue propulsor de la institución durante su vida, amante y defensor de la naturaleza y luchador por la cultura del pueblo.

El 13 de Mayo de 1992 el Museo inaugura su nuevo edificio, legado que hiciera el filántropo Isidro Gerónimo Balbi al Municipio. Figura destacada como Profesional de la Salud y hombre público comprometido con el progreso de su comarca natal. La valiosa biblioteca, manantial de sus desvelos intelectuales y su correspondiente mobiliario engalanan el que fuera su escritorio de estudios.

Toda la Casona irradia un aire señorial y sintetiza la rica herencia arquitectónica característica de Victoria. Rigor artesanal fineza de detalles constructivos y llamativos materiales importados atraen la atención del visitante. La biblioteca, en planta alta guarda el fondo bibliográfico y pinacoteca que pertenecieron al poeta Gaspar Lucilo Benavento: Garaje, Subsuelos para galería de arte y reuniones, el coqueto jardín francés con su fuente cantarina, conforman la mansión perfumada por jazmines y oleo fragas.

Instituciones religiosas, culturales, sociales y deportivas encuentran allí el reservorio necesario para la custodia de sus testimonios históricos, y casa habitante de la ciudad con este Museo al que ha hecho definitivamente suya. En su interior se pueden encontrar diferentes rasgos de la ciudad de Victoria, compartir su historia y remontarse a los inicios de su fundación recorriendo diferentes aspectos de aquella rica vida social que cada uno de los aspectos a destacar.

También se realizan diferentes exposiciones de un destacado interés cultural y artístico.

-Banda municipal “Sebastián Ingrao”

Creada en 1917, junto al hogar Municipal artes y Oficios funciono durante un tiempo como un internado. Integrada por 36 músicos, debe su nombre Sebastián Ingrao, quien dedico muchos años de su vida a la institución. Se ofrecen retretas diariamente en las distintas plazas de la ciudad. Nuestro País, cuenta solamente con tres bandas de este tipo.

-Carnaval “Una Vieja Tradición”

“Las niñas y señoras” de la sociedad, pugnaban por lucir sus mejores atuendos y disfraces en sus engalanados carruajes intercambiando serpentinas, ramitos y codiciadas varitas de nardo. Los jóvenes y galanes, caminaban al paso de los vehículos conversado y agasajando a las damas, en muchas ocasiones con la conocida caja de bombones, o eran invitados a los palcos donde compartían con sus anfitrionas.

En los palcos, las madres y las tías de las niñas, de rigurosos sombreros sentados en sillas que se trasladaban todas las noches antes y después del corso, fiscalizaban el divertimento de sus hijas.

Después de las 24hs estaba permitido el juego con agua. Era la hora en que los galanes perseguían a las hermosas mascaritas a las mascaritas con bombitas de agua.

Hoy en día el espíritu del carnaval Victoriense no se ha perdido, sólo han cambiado algunos estilos, pero la búsqueda del divertimento y la alegría en las noches carnestolendas es la misma, la luz, el brillo, la belleza y la total participación de todos sigue haciendo que Victoria se la “Capital Provincial del Carnaval”¹⁸

Fenómeno ovni

El grupo de investigación Visión Ovni, se constituye en la ciudad de Victoria en el año 1991 con el objeto de lograr respuestas, al fenómeno que por aquellos

¹⁸ IDEM, 1985. Pp, 191-192.

años conmociono a la opinión pública y paso a ser parte de las atracciones locales.

El equipo, obtuvo material fílmico y fotográfico, que generaron la atención de los medios de comunicación. Producto de interés, se lograron producciones de gran nivel técnico, cuyos formatos televisivos lograron que cadenas como infinito, Discovery Chanel, Univision de Miami, procuraran la transmisión del material, causando un “Alto Impacto” en los seguidores y aficionados a la temática.

2.1.4 Aspectos Naturales

Avenida costanera y zona puerto

Está compuesta por una abundante vegetación, con una arboleda que lo recorre en toda su extensión, se convierte en el preferido en el tiempo de la pausa y la meditación.

Lugar inmejorable para ver el ocaso del sol sobre las tranquilas aguas del rio y descansar a sus orillas, asimismo se puede practicar la pesca de la costa. A lo largo de ella se suceden los distintos balnearios y el Club de Pescadores Caza y Náutica que no lleva a la zona clásica de Turismo y puerta de acceso al paraíso de las islas que encierra nuestro río.

-Cerro “La Matanza”

Se encuentra situado al S.O de la ciudad de Victoria, en zona de bañados, que antiguamente se conociera como arroyo de la Matanza. Actualmente es conocido como Riacho Victoria. Es un lugar histórico donde se llevó a cabo la última batalla por la colonización entre Minuanes y españoles donde fueron derrotados los primeros. Luego de la matanza se estableció el primer centro poblacional. Años más tarde, la iglesia coloco en el mismo cerro una cruz mayor y cruces menores, formando de esta manera un Vía Crucis, que la iglesia recorre cada año en Semana Santa junto a los fieles.

Es un cerro de naturaleza caliza. Debido a la explotación que se hiciera de sus canteras de piedra caliza, se encuentra muy erosionado en la actualidad.

-Monte de ombúes

Al pie del Cerro, se encuentra el MONTE DE LOS OMBUES, segundo en el mundo por sus particularidades. El ombú es una hierba que nace en forma aislada en el campo, jamás en monte.

En nuestra ciudad, debido a las condiciones de suelo y clima, se puede observar esta rareza biológica.

Este monte este declarado monumento histórico, debido que el ombú no crece en forma agrupada, solo hace en ejemplares individuales. Esta es la razón de que este monte sea tan apreciada turísticamente ya que en él se agrupan una gran cantidad de ombúes, que hacen que este sea un lugar único.

-Mirador virgen de Fátima:

Sobre una de las colinas, frente a nuestro maravilloso río, se levanta un lugar de oración a la “Virgen de Fátima”. Su estupenda ubicación domina el río y la zona de islas, asimismo se puede disfrutar de la vista de la costanera en toda su extensión, conjuntamente con la zona puerto.

Los atardeceres desde la Colina de la Virgen, son incomparables, acompañados de la paz y la tranquilidad que brinda la espiritualidad religiosa del lugar.

-Conexión vial Victoria – Rosario (Paseo de Islas)

Este imponente viaducto consta de 59,4 km. De longitud y constituye la obra de infraestructura más grande de los últimos años de toda la Argentina. Para quienes viajan los 45´ minutos a lo largo de su recorrido observa las imágenes que la naturaleza ofrece en esta zona de islas, estéreos y anegadizos que caracterizan a esta región. Cuando esta crecido casi todo es una laguna, y solo se advierten las copas de los árboles y las partes altas, donde radican los pocos pobladores.

2.1.5. Servicios turísticos:

Estos datos descriptivos respecto de los servicios son de fundamental importancia ya que tienen relación directa y funcional con la capacidad que tiene Victoria para albergar y atender a los turistas.

Esta capacidad a la que nos referimos tiene como sujeto a todas las empresas y organizaciones que llevan a cabo actividades específicas orientadas a satisfacer una demanda relacionada con el ocio, el placer y esparcimiento.

-Servicios específicos de alojamientos turísticos

Para retiros espirituales dentro de la comunidad de la Abadía del Niño Dios: cuenta con una capacidad de 90 plazas dentro de su oferta.

También presta servicios de alojamientos “LOS OMBUES LODGE”, tiene capacidad de recibir a más de 20 personas. Esta empresa trabaja exclusivamente con turismo internacional y en manejo operativo y logístico se desarrolla en el departamento Victoria y emplea mano de obra local (Rincón del Doll).

Alojamiento Eventuales: existe un registro de casas de familia y chacras en la oficina de turismo para atender la demanda insatisfecha del servicio de alojamiento al turista. La capacidad de alojamiento en este rubro a llegado a satisfacer la demanda de 180 plazas ocupadas en temporada altas.

También existen otros tipos de alojamientos como albergues transitorios pero no son considerados como alojamientos turísticos.

2.1.6 Oferta de negocios gastronómico “Guía gastronómica”

En el siguiente cuadro hacemos referencia a las ofertas del rubro gastronómico de la ciudad de Victoria.

Cuadro 1

Tipo	Lugar	Direccion
RESTAURANTES	EL BALCON DE PEDRO	Avda Costanera y el Río
RESTAURANTES	ARTISANS	Avda Belgrano 71
RESTAURANTES	PEPE LEPÚ	Bartoloni 461
RESTAURANTES	CLUB TRABAJO Y PLACER	Congreso 429
RESTAURANTES	LA CASCADA	Ruta provincial 11 Km 112, 5
RESTAURANTES	EL JOKEY	Alem 91
PARRILLA	DON SEBASTIAN	Avda Costanera " Pedro Radío " S/N
PARRILLA	LA CHACRA	Ruta Nº 11 Y Enlace Vial
PARRILLA	COMEDOR LA ROTONDA	Bv Pueyrredón y la Rotonda S/N
PARRILLA	NUEVA ROMA	Bv Pueyrredón S/N.
PARRILLA	EL CANOERO	Zona Puerto S/N
PARRILLA	LA TABLITA	Sarmiento 456
PARRILLA	FONTANARROSA	Belgrano 10 (costanera)
RESTO BARES	COCA COLA	Bv Moreno y Avda Centenario
RESTO BARES	GLOW	Rocamora 177
RESTO BARES	CHAPLIN	Sarmiento 446
RESTO BARES	CAFÉ MARTINEZ	Sarmiento 451
RESTO BARES	EL BANCO	Av. Congreso 449
RESTO BARES	PLAZA BAR	San Martín y Sarmiento
PIZZERÍAS	PIZZA ROCK	25 de Mayo 63
PIZZERÍAS	EL JOKEY	Alem y Bartoloni
PIZZERÍAS	SANTA MARIA	9 de julio e Italia
COMEDOR	RIZZI HNOS	Yrigoyen y Suipacha
COMEDOR	CLUB DE PESCADORES	Zona costanera

-Otros servicios al turista

En este apartado describimos servicios específicos existentes en la ciudad de Victoria a disposición del turista. Dando cuenta de este modo el amplio espectro de posibilidades y alternativas para su recreación.

Chulengo Safari: Caza, Pesca, Safari fotográficos, Turismo Aventura, Alquiler de Cuatriciclos, Supervivencia, Excursiones y paseos en lancha.

Guías de pesca independientes que operan en zona del puerto.

Complejo turístico y recreativo Villa del Ceibo: Granja educativa, Juegos de Supervivencia, Piletas.

Cámara de Guías de Turismo, Servicios de Guía.

Servitur: guiados a la Abadía Del Niño Dios y la Ciudad.

Artesanos de Victoria. FERIA ARTESANAL EN PLAZA SAN MARTIN.

Oficina de Turismo: dos puestos de informes una en la Municipalidad y otro en el Tiro Federal con 8 informantes en total.

Victoria Golf Country Club.

La cancha esta comprendida por 18 hoyos aprobados por el Consejo Directivo, de la Asociación Argentina de Golf.

La cancha es Federada a la Asociación Argentina de golf, poseen un convenio con los Clubes de Estudiante de Paraná, Club Mitre de Perez (Santa Fé), y el Jockey Club de Santa Fé. Modalidad de Servicios: Atención de Lunes a Viernes por la tarde, Sabado, Domingos y Feriados todo el día, servicios de cafeterías, almuerzos los cuales se pueden hacer con reservas. En la misma se realizan torneos anuales y mensuales de golf con o sin Handicap.

Cine en el centro comercial.

La ciudad tiene como principales productos:

Naturaleza con el cual cuenta con su higiene, accesibilidades, paisajes naturales, con fácil acceso a los turistas;

Cultura que constituye un elemento de comunicación primordial para el intercambio entre las personas; los turistas y la identidad de un pueblo que se muestra en aspectos como la religión, las costumbres, la música, el arte, la gastronomía, la danza, la arquitectura y la poesía.

Servicios: busca en constante situaciones priorizar la calidad, observando siempre las necesidades de los clientes: tantos externos (turistas) como internos (personal)

Seguridad: este es el valor fundamental por lo cual Victoria es una Ciudad Turística, este es un atributo en cual la sociedad como los funcionarios que cumplen sus funciones le dan mucha atención y resguardo no tanto al turista como también a los ciudadanos de Victoria.

CAPITULO III:

Victoria, ciudad gayfriendly?

En este capítulo nos proponemos analizar los factores que inciden y han incidido las relaciones entre la demanda del turismo no convencional en Victoria y la oferta comercial respecto de este fenómeno en la ciudad.

En principio debemos mencionar como categorías de análisis exógenas al problema pero igualmente relacionadas, los antecedentes que marcan la sanción de la Ley de Unión Civil para parejas homosexuales, sancionada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el 12 de Julio de 2002. Y especialmente, la sanción de la Ley de Matrimonio Igualitario. N° 26.618, sancionada por el Poder Legislativo de la Nación el 15 de Julio de 2010, aplicable a todo el territorio nacional.

La Ley de Matrimonio Igualitario sancionada e implementada en 2010 convierte a la República Argentina en uno de los únicos 10 países en el mundo que reglamentan el derecho a ser considerados en igualdad de condiciones que las parejas del colectivo LGTB respecto a las parejas heterosexuales. Este hecho podemos considerarlo histórico, ya que marca un hito en la lucha por el reconocimiento de los derechos de las minorías. Posicionando a la Argentina a la vanguardia en términos de estas luchas. Y por carácter transitivo se presenta a los ojos del colectivo mundial LGTB como el surgimiento de nuevos espacios de convivencia, tolerancia y civismo, estimulando considerablemente la demanda de lugares destino en nuestro país para turistas de todo el mundo pertenecientes al mencionado colectivo.

Mencionamos estas dos normativas en términos de alicientes y atractivos agregados a la oferta del turismo LGTB. Es justamente el lustro que abarca nuestra investigación, el momento de máxima afluencia hacia nuestro país de turistas del mencionado colectivo. Dicho esto, muchas parejas del colectivo han venido a casarse a nuestro país.

Según estadísticas de agencias gubernamentales de la Provincia de Entre Ríos, desde la implementación de la Ley de Matrimonio Igualitario, se han casado 215 parejas del colectivo LGTB desde 2010 a la fecha.

En función de nuestro marco teórico y el análisis de datos de nuestro trabajo de campo, podemos comenzar señalando las siguientes **categorías de análisis a saber:**

- Exigencias propias del turismo no convencional.
- Idénticas exigencias llevadas al nicho LGTB.
- Demanda de ofertas culturales amplias por parte de este colectivo.
- Demanda de turismo de aventura, contacto con la naturaleza.
- Demanda de tranquilidad, seguridad y discreción.
- Patrimonio cultural, histórico y arquitectónico de la ciudad de Victoria.
- Bellezas naturales propias de la ciudad de Victoria y la posibilidad de disfrutarlas (contacto con la naturaleza).
- Seguridad, tranquilidad y discreción que ofrece Victoria.
- Estado actual de la oferta empresarial en la ciudad de Victoria.

Unidad de análisis:

Nuestra unidad de análisis se constituyó mediante el trabajo de campo elaborado en función de entrevistas elaboradas en función de cuestionarios llevados a cabo a partir de las antes mencionadas categorías de análisis.

A saber: 4 gerentes de hoteles, 3 gerentes de cabañas, 3 gerentes de resto bares, 2 gerentes de agencias de viajes de turismo y el gerente de Parque acuático y termal.

- El turismo no convencional posee exigencias particulares y específicas. Nuestra segmentación en el nicho LGTB, a partir del relevamiento de información en fuentes especializadas nos muestran que las parejas del colectivo pertenecen a un nivel socioeconómico medio alto. La mayoría de ellos al no tener hijos, no se ciñen a los períodos de vacaciones escolares. Lo cual les permite viajar 6 o 7 veces al año. Esta misma realidad les permite gastar en consumo durante sus viajes, un promedio de un 30% mayor que las parejas heterosexuales con hijos. Otra tendencia indica que en el transcurso del año se toman vacaciones en períodos más cortos de lo que acostumbra el turismo tradicional, es por eso que viajan más tiempo en repetidas oportunidades.

- Otro punto importante es el hecho de que el colectivo exige comodidad, confort, para lo cual algunos hoteles capacitan especialmente a sus empleados, sin desmedro de un trato diferenciado, es decir, los preparan para no diferenciar entre parejas homosexuales o heterosexuales. De hecho, algunos representantes de agencias de viajes y profesionales del turismo asisten a conferencias, congresos, jornadas de capacitación, impartidas por profesionales del sector.
- Este núcleo de clientes, demanda amplias ofertas culturales. Visita a museos, teatros, conciertos, así como también se interesa por conocer el patrimonio cultural de los lugares destino.
- Del mismo modo, son de especial interés sus demandas respecto al turismo de aventura, contacto con la naturaleza, tranquilidad y discreción.

Como hemos descrito en el capítulo II, la ciudad de Victoria posee una ubicación estratégica, pues se encuentra enclavada en el centro del corredor bioceánico. Conteniendo en sí, inmensas posibilidades de desarrollo en todos los sectores. Especialmente nos dedicamos a las posibilidades que ofrece en cuanto a atractivos turísticos en general y hemos dado cuenta de un amplio abanico de ofertas. Que no por amplias, signifique que estén debidamente o sencillamente desarrolladas.

En el análisis de datos contrastamos las demandas del Turismo No Convencional particularizando el nicho LGTB, con la oferta del mercado turístico victoriense (focalizando el mencionado nicho) y los atractivos específicos de la ciudad de Victoria en términos turísticos.

De lo cual consideramos:

- Los empresarios del sector coinciden unánimemente en el hecho de que la demanda turística, desde 2010 a la fecha, ha crecido exponencialmente. La mayoría de los informantes también hacen hincapié en el lugar de proveniencia de los turistas, esto es, básicamente tres grandes ciudades: Rosario, Córdoba y Buenos Aires.
- Hay un factor preponderante en el crecimiento de la demanda, los informantes revelan que los clientes, por su lugar de proveniencia,

consideran a Victoria como una ciudad tranquila, segura, y con innumerables atractivos naturales.

- Acerca del crecimiento que detallamos anteriormente, necesariamente debemos poner el acento en el hecho de que tal crecimiento se ha basado en el llamado “boca a boca”, es decir no han existido mayormente las formas tradicionales de publicidad respecto de las ofertas turísticas. El modo en que vuelven a la ciudad los mismos turistas, a hospedarse y almorzaren los mismos lugares, pero con el agregado de publicitar la misma clientela en sus lugares de origen, a la ciudad, atrayendo más turistas, reafirman el destino como un lugar confiable y amigable en cuanto a la seguridad, tranquilidad y atractivos naturales.
- Desde 2010 a la fecha, el servicio fue creciendo contundentemente desde la calidad de las camas, sábanas, toallas, mobiliario en general, hasta la incorporación del acceso a wi-fi. Atendiendo a los distintos requerimientos de los turistas para su mejor estancia.
- Todos los empresarios del sector afirman haber recibido turista perteneciente al colectivo LGTB. Asimismo coinciden en que la afluencia de clientes de este nicho en el periodo relevado ha ido en aumento hasta la fecha. Sin embargo ninguno de los establecimientos ha incorporado demandas específicas del sector.
- En la ciudad de Victoria no existen empresas hoteleras, gastronómicas, resto bares que focalicen su oferta al nicho abordado, tampoco existen eventos, convecciones, o fiestas, periódicas donde se visibilice exclusivamente el colectivo LGTB.
- En la ciudad de Victoria funciona un establecimiento de educación terciaria (Instituto Victoria), el cual dentro de su oferta académica, incluye la carrera de “Técnico en hotelería” y “Técnico en Administración de empresa”. Observamos que en ninguna de ambas tecnicaturas, ínsitamente ligadas a nuestro problema, existe ninguna unidad curricular que aborde específicamente el desempeño y trato con los clientes del colectivo LGTB.

De lo antes expuesto, consideramos que victoria podría disponer, en términos comparativos, de ventajas superlativas en el desarrollo del segmento del mercado de turismo no convencional, respecto de la mayoría de las ciudades de la región, exceptuando a la ciudad de Paraná. Fundamentamos nuestra afirmación en el análisis de los datos consignados.

Del mismo modo que el turismo convencional creció exponencialmente en Victoria a partir del año 2003, en función de la inauguración del enlace vial de Victoria-Rosario. Esto a su vez repercute en todo mercado interno y rubro comerciales de la ciudad (fundamentalmente en los rubros hoteleros y gastronómicos). No observamos bajo ningún aspecto una traslación, ni siquiera una iniciativa empresarial que busque crear y desarrollar una oferta destinada al

nicho del colectivo LGTB. Esto a la luz de consideraciones previamente señaladas, (las parejas del colectivo LGTB consumen y gastan en promedio un 30% más que las parejas heterosexuales con hijos, entre otras).

Podemos afirmar que a la hora de vender el destino no existen empresas del rubro específicamente dedicado al turismo, (hoteles, resto bares, eventos) que focalicen sus servicios exclusivamente al nicho LGTB.

Si bien Victoria en términos comparativos con las grandes ciudades, específicamente las que mencionamos (Buenos Aires, Córdoba, Rosario), es un pueblo. Reúne en sí, la mayoría de los atractivos turísticos que busca el colectivo. Estos atractivos están lejos de ser explotados en la dimensión que poseen. Ni siquiera por las empresas dedicadas (en su totalidad) al turismo convencional. Menos aún al nicho abordado.

En función de todo lo ante dicho hemos llegado a la conclusión de que la ciudad de Victoria no la podemos categorizar como "Gay Friendly". Si bien reúne muchas de las condiciones para hacerlo. De todas formas el turismo convencional y no convencional ha evidenciado un notorio crecimiento desde el 2010 a la fecha, la cultura empresarial se muestra indiferente frente a la segmentación menos aun a la direccionalidad de un producto enfocado hacia nichos específicos de mercado.

PROPUESTA DE ACCIÓN

La propuesta es hacer paquetes con circuitos para este mismo nicho con actividades en diferentes rubros logrando que realicen diferentes actividades

Paquetes de 4 días.

Recorrido por la ciudad, y el departamento.

Es trabajar con las agencias de viajes especializadas para generar paquetes de estadías de Victoria para este nicho, dando las diferentes posibilidades en cuanto actividades cerradas. Esto es responder a la demanda del colectivo específico abordado en su especificidad.

Las agencias de viajes, los hoteles, son las empresas turísticas que más trabajan directamente con el cliente. Por este motivo, el buen trato, el buen servicio y el mejor conocimiento a priori de sus necesidades, son esenciales para la satisfacción del cliente.

Otros factores, como el precio, son también importantes; sin embargo un buen servicio personalizado suele ser la clave para fidelizar al cliente.

Proponemos profundizar desde nuestro lugar empresarial el trabajo con guías turísticos. Que profundicen los aspectos y atractivos de nuestra ciudad, en todos los órdenes que hacen de Victoria un lugar destino, incluidos dentro del paquete.

Conclusiones:

Desde una perspectiva general, la realización de la investigación, desde sus inicios nos ha generado múltiples intrigas. Partiendo de la incertidumbre pero a la vez certeza de que nos estábamos embarcando en un territorio absolutamente desconocido. Poco a poco con el transcurrir de las distintas instancias del proyecto de investigación, muchos interrogantes comenzaron a ser desvelados, pero a la vez fueron surgiendo nuevas vetas investigativas que nos llevaron a nuevos interrogantes, al punto tal, de reformular el tema, el problema y los objetivos originales.

Nuestro problema de investigación nos llevó a reconocer las potencialidades enormes en términos de ofertas turísticas de la ciudad de Victoria pero a su vez también descubrimos las severas limitaciones autoimpuestas por el mismo sector empresarial. En principio nuestra ciudad, no es publicitada o menos aún, presentada como una marca de ciudad destino por la ausencia de estrategias publicitarias, comenzando por los tres grandes centros urbanos de los cuales proviene la mayor parte de la afluencia turística (Buenos Aires, Córdoba, Rosario).

Esta falencia, a nuestro criterio, obedece a múltiples factores entre los cuales consideramos fundamental el hecho verificado en el trabajo de campo, de la inexistencia de cualquier tipo de segmentación en el mercado hotelero y afines. Dicho esto va de suyo que la indiferencia respecto al tratamiento, producción y lanzamiento al mercado de un bien de servicio, carece de todo grado de focalización y especificación respecto a un nicho de mercado.

La ciudad de Victoria, pese a todas las ventajas estratégicas que posee, no ha podido constituirse aún en una opción de peso como ciudad turística, al modo de otras ciudades de la provincia tales como Colón o Gualaguaychú, solo por citar dos ejemplos.

Independientemente de lo dicho, no existe en la provincia ningún destino que pueda catalogarse como "Gay Friendly". Obviamente Victoria no escapa a esta realidad.

Bibliografía:

Libros generales

- Sabino, Carlos A. (1998). *“Como hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos”*. LUMEN/HVMANITAS. Buenos Aires.
- Wallingre, Noemí. (2007). *“Historia del turismo argentino”*. Ediciones turísticas. Buenos Aires.
- Pastoriza, Elisa. (2011). *“La conquista de las vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina”*. editorial Edhasa. Buenos Aires
- ANADON, C. MURATURE, M. *Historia de La Matanza – Victoria*. Córdoba, Edición del Museo Carlos Anadón. 1985

Libros especializados

- Tripp, C.A. (1978). *“La cuestión homosexual”*. Jorge Juan S.A. Madrid
- D'amore Ignacio, López Mariano. (2009). *“Enciclopedia Gay”*. Sudamericana. Buenos Aires.

Entrevistas

Gerente Hotel Sol Victoria
Gerente Victoria del agua – Parque acuático y termal
Gerente Victoria del Golf – Hotel & Golf Club
Gerente Pub El Banco
Director de Turismo municipal
Agencia de viajes Altuna Turismo
Agencia de viajes Interturis

Sitios Web

- Linares Verónica.(2005). Buenos Aires inaugura el primer hotel "heterofriendly" en Latinoamérica. *La Flecha*. Consultado el 26 de abril de 2012 en <http://www.laflecha.net/canales/curiosidades/noticias/buenos-aires-inaugura-el-primer-hotel-heterofriendly-en-latinoamerica>
- Guía Gay Argentina. Tu lugar en la Web. Consultado el 26 de abril de 2012 de <http://www.guiagayargentina.com/feminismo-estudios-de-genero-y-la-vision-preformativa-del-genero>
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española. Consultado el 13 de abril de 2012 en <http://www.rae.es/rae.html>
- Argentina.(s.f.) Información general. Consultado el 13 de abril de 2015 en <http://www.turismo.gov.ar/indexfs.html>
- Organización Mundial del Turismo OMT(s.f.). Consultado el 15 de abril de 2015 en <http://www2.unwto.org/es>
- Turismoentrerios.com.(s.f.) Portal turístico provincial. Consultado el 2 de mayo de 2015 de <http://www.turismoentrerios.com/victoria/index.htm>
- Sol Victoria Hotel y Casino. (s.f.). Consultado el 5 de mayo de 2015 de <http://www.hotelsolvictoria.com.ar/>
- Casino Victoria. (2008). Consultado el 6 de mayo de 2015 de <http://www.victoriacasino.com.ar/nuevo/index.php>
- Victoria del agua. (2011). Parque Acuático y Termal. Consultado el 5 de mayo de 2015 de <http://www.victoriadelagua.com.ar/>

Anexo

Entrevista

Cuestionario:

-¿Hace cuanto usted se dedica a este rubro?

-¿Es usted quien inicio esta empresa?

-¿Desde qué año?

-¿Qué factores lo llevaron a usted a emprender una iniciativa en este rubro?

-A su criterio, desde que usted está en esta empresa, ¿de qué forma ha evolucionando en términos de demanda del negocio a su criterio, particularmente centralizado de 2010 a 2015?

-¿Mejoro algún sector del servicio? ¿Agrego actividades? ¿Hizo un valor más agregado?

-¿Qué servicios ha incorporado desde el inicio de su actividades comerciales a la actualidad?

-¿Cuáles son los índices y la frecuencia de turismo no convencional (no habitual) que ha recibido en el período ante citado?

-¿Podría usted especificar aproximadamente en términos generales cuál es el ámbito de proveniencia de su clientela?

-¿Al interior de sus actividades existen/ han existido peticiones respecto de modos alternativos de hospedarse / cuáles?

-¿Usted ha recibido parejas o personas pertenecientes al colectivo LGTB?

-Si la casa acepta este tipo de clientela, ¿existe algún servicio adecuado a ese tipo de turismo? ¿Cuáles?

Folleterías de empresas del rubro turístico de la ciudad de Victoria



Sol Victoria Hotel y Casino

Bienvenido a Sol Victoria Hotel & Casino

Bienvenidos al Sol Victoria Hotel y Casino. Nuestro moderno hotel está ubicado en la histórica y bicentennial Ciudad de Victoria en la Provincia de Entre Ríos. Ofreciendo un excelente nivel de servicio, alojamiento y comodidades, así como por su estratégica ubicación, es muy conveniente para huéspedes viajeros por turismo y placer o para Eventos Corporativos y Sociales.

Dese un tiempo para usted mismo y disfrute las nuevas instalaciones del Irupé Spa que el Sol Victoria Hotel le brinda. Revitalícese con alguno de los servicios de Spa que ofrecemos en nuestros gabinetes de masajes, ejercítese en nuestros gimnasios atendidos por personal trainers, diviértase en las piscinas climatizadas durante todo el año, relájese en los saunas, ó simplemente recuéstese en una reposera para ver el atardecer. La decisión es suya.

Habitaciones muy equipadas, Gastronomía de Primer Nivel, un sorprendente Irupé Spa y Salones de Eventos con las últimas tecnologías y con la mejor vista sobre el Paraná para sus “breaks” conforman una propuesta única.

Habitaciones

El Sol Victoria Hotel y Casino es reconocido por su personal estilo: Moderna arquitectura, amplios espacios dotados de luz natural y amenidades exclusivas.

Las habitaciones están completamente equipadas y con excelente vista al Paraná y sus Islas. Posee espaciosos baños y una delicada selección de amenities. La combinación de todas estas características en una cálida ambientación conforma la mejor propuesta de alojamiento en toda la zona.

Desde habitaciones Standard hasta nuestras Suites, ofrecemos en total 97 habitaciones, incluyendo 20 Suites con una conveniente variedad de servicios para viajeros de placer o para Eventos Corporativos y Sociales.

Standard

Poseen balcón con vista interna, 11 habitaciones con cama queen y 12 twin. Están equipadas con: Escritorio, mini-bar, TV de 29', caja de seguridad con capacidad para una laptop, aire acondicionado individual, detectores de humo.

De Luxe

Con Balcón individual donde puede disfrutar de una vista panorámica del Río Paraná y del parque del hotel. 17 habitaciones con cama queen y 21 twin. Están equipadas con: Escritorio, mini-bar, TV de 29', caja de seguridad con capacidad para una laptop, aire acondicionado individual, detectores de humo.

De Luxe Senior

Esta categoría de habitaciones poseen balcón individual donde puede disfrutar de una vista panorámica del Río Paraná, del parque del hotel y magníficos atardeceres. 7 habitaciones con cama King size y 7 twin. Están equipadas con: Escritorio, mini-bar, LCD de 32', caja de seguridad con capacidad para una laptop, aire acondicionado individual, detectores de humo. Conexión a Internet inalámbrica o banda ancha

Suite Junior

Localizadas en el último piso, desde sus balcones se puede disfrutar de una magnífica vista de atardeceres. Esta Categoría de habitaciones cuenta con baño con hidromasajes, un living equipado con un escritorio y un TV. Cama adicional para un tercer huésped. 7 habitaciones con cama King Size y 5 twin. Están equipadas con: Escritorio, mini-bar, LCD de 32', DVD, caja de seguridad con capacidad para una laptop, Cafetera, aire acondicionado individual, detectores de humo. Conexión a Internet inalámbrica o banda ancha.

Irupé Spa

En el Sol Victoria Hotel, se ha creado Irupé Spa, un espacio de leyenda, pero real, donde la mente se evade, la tensión se diluye y los músculos se relajan. La belleza retorna, el estado de plenitud y la felicidad es posible.



Piscina lúdica: con jets de hidromasajes, a una temperatura de 34 grados, vista al parque, a la piscina externa y su Snack Bar, y a la costanera de la ciudad de Victoria

Saunas secos: ideales para la eliminación de toxinas, la apertura de poros y la preparación de la piel para el tratamiento, con un agradable aroma a eucaliptos que le brindará la sensación de una mejor circulación del aire por las vías respiratorias.

Baños finlandeses: estos baños de vapor producen beneficios en el aparato respiratorio, dejando a su vez en el cuerpo una sensación de relax y una piel libre de toxinas.

Duchas escocesas: conjugan la experiencia única de una ducha a temperatura ideal con la fuerza de los jets que relajarán los músculos para el posterior masaje.

Sala de relax: la magia del silencio, la paz, con la opción de leer revistas de actualidad, disfrutando de una infusión o simplemente descansar, con la

sensación de estar ante un día de lluvia gracias al efecto que produce nuestra exclusiva cortina de agua

Gastronomía

En nuestro restaurante gourmet **La Delfina**, usted podrá redescubrir el gusto de la cocina fusión, sin olvidar las tradiciones gastronómicas de la zona, una auténtica cocina apasionada por el buen sabor.



En cada Carta, nuestro Chef Damián Aluani y su talentoso equipo, nos dedica con armonioso placer su pasión por los frescos sabores de la tierra, nos convida cada día a disfrutar de su entusiasta y renovada cocina de autor. Damián logra con cada ingrediente su mejor expresión, usando su arte y experiencia culinaria personal.

La Delfina es un rincón único y exclusivo de Hotel Sol Victoria, un lugar delicado y tranquilo, con una vista panorámica al río Paraná y sus islas; una verdadera provocación a los sentidos.

Eventos y Convenciones

Sol Victoria Hotel ha creado los espacios perfectos. Magnitud, confort, excelencia.

El "Centro de Convenciones Sol Victoria" cuenta con extraordinarios salones modulables para organizar o realizar Eventos Corporativos, Reuniones de Directorio, Capacitaciones, Grupos de Incentivo, Congresos, Almuerzos de Trabajo, Presentación de Productos, Video Conferencias, Fiestas Temáticas, Agasajos Familiares.



Un equipo de profesionales garantiza la calidad y el éxito absoluto de sus eventos empresariales o sociales.

Servicio de Coordinación de Eventos, Personal temporario, Promoción y Publicidad, Decoración, Vigilancia, Armado Integral de salones, Equipamiento Audiovisual, Acreditación, Iluminación, Catering y Gastronomía de primer nivel con una amplia y exquisita posibilidad de propuestas.

Actividades recreativas

Piscina outdoor climatizada, piscina cubierta climatizada, gimnasio con aparatos, con la opción de programar rutinas junto al personal trainer, gimnasio aeróbico con colchonetas, pelotas, espejos, barras de baile, música y profesores de salsa, de gimnasia localizada, de pilates MAT, etc.



La ciudad con su encanto y las verdes colinas campestres, ofrece otra irresistible tentación a descubrir esta tierra diferente. Para esta aventura, nuestros guías te acompañarán a un City tour, a una cabalgata, o a recorrer alguno de los tantos circuitos históricos o naturales de Las Siete Colinas.

Atractivos turísticos de Victoria Entre Ríos

La ciudad y las verdes colinas campestres, ofrecen otra irresistible tentación a descubrir una tierra diferente.

Para esta aventura, nuestros guías te acompañarán a un City Tour; a una cabalgata; a recorrer alguno de los tantos circuitos históricos; o a disfrutar a pleno de la naturaleza en [Victoria del Agua](#), el Parque Recreativo Termal más grande de Argentina.

Casino Victoria



te invita a descubrir uno de los centros de entretenimiento más importantes de Argentina.

Situado sobre las barrancas del río Paraná, y unido al puente Rosario-Victoria a través de la avenida Costanera, Casino Victoria seduce desde una típica lomada entrerriana.

Máquinas de azar, ruletas electrónicas, mesas de paño, exclusiva gastronomía, eventos y maravillosos shows se despliegan sobre cinco mil metros cuadrados de diversión.

Todos los clientes del Club de Jugadores, poseen beneficios programados asiduamente, con sorteos, promociones y premios de gran envergadura.

Artistas y personajes del espectáculo visitan nuestras instalaciones, irradiando glamour, compartiendo gratos momento con el público, brindando simpatía entre tragos y buena música.

Shows de alta calidad artística, baile y humor son los principales protagonistas en el escenario exclusivo del salón de espectáculos, donde se destacan estrellas del ambiente nacional e internacional.

El paisaje que envuelve a Casino Victoria se distingue por un delicioso marco natural para eventos múltiples, resultando ya tradicional Rally's de autos y motos antiguas, recitales al aire libre y paseos recreativos por el delta entrerriano.

En "Artisans de La Riviere", restaurante, podrás disfrutar la calidez de un espacio especial. Distinguida y sofisticada carta de platos y vinos, custodiados en nuestra propia cava, hacen de la cena un momento inolvidable.

“Fontanarrosa, asador campero”, parrilla tematizada, ubicada frente al casino, es nuestra opción gastronómica. Ofrece el tradicional asado criollo y extensa variedad carnes.

“CLUB PRIVÉ”, EXCLUSIVIDAD Y CONFORT A ORILLAS DEL PARANÁ:
EL EXCLUSIVO CLUB PRIVÉ, UN AMBIENTE TOTALMENTE RESERVADO QUE CUBRE UNA SUPERFICIE DE MÁS DE CIENTO CINCUENTA METROS CUADRADOS. DECORACIÓN COMPLETAMENTE VANGUARDISTA EN TONOS TIERRA, MÁRMOLES Y CUEROS RESGUARDA A LAS RULETAS Y MESAS DE PUNTO Y BANCA, BLACK JACK Y PÓKER DISPERSADAS EN TRES NIVELES. EL MÁS AMPLIO CONFORT, SUMADO A UNA ESPECIAL ATENCIÓN AL CLIENTE, Y SERVICIO DE BAR Y GASTRONOMÍA EXCLUSIVO, HACEN DE CLUB PRIVÉ UN MOTIVO MÁS PARA ACERCARSE A LA CADA VEZ MÁS ATRACTIVA CIUDAD DE VICTORIA.

PARQUE TERMAL “VICTORIA DEL AGUA”.





Pack Familiar 1

2 Mayores y un Menor . Ingresando al parque dos mayores y un menor, podrán adherirse a esta promoción y ser beneficiados con un importante descuento en la tarifa.



Pack Familiar 2

2 Mayores y 2 Menores. Ingresando al parque dos mayores con dos menores podrán adherirse a esta promoción y ser beneficiados con un importante descuento en la tarifa.
