

**UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA**

**Facultad de Turismo y Hospitalidad**

**Carrera de Licenciatura en Turismo**



**“Análisis del Turismo Religioso en San Nicolás  
y propuestas para diversificar la oferta  
turística”**

Alumno: Serman Ursino, Gonzalo

Nº de legajo: 44332

15 de Diciembre de 2014. Buenos Aires, Argentina.

## **AGRADECIMIENTOS**

El trabajo está dedicado a mis padres, quienes siempre estuvieron a mi lado, brindándome su apoyo incondicional, a todo momento.

A mi hermana Florencia, principalmente por alentarme en la finalización del trabajo.

A mis abuelas, siempre preocupadas por mi estado de situación en la Universidad.

Agradezco a Gastón D'angelo, mi compañero de estudios y ayuda constante.

Agradecer a mis demás compañeros de cursada de la Universidad. Nunca voy a olvidar todas las mañanas que compartí a su lado, hasta que di mi último final. Sin ellos, los cuatro años hubiesen sido mucho más difíciles.

Agradecimiento especial al mejor profesor que tuve en mi vida, Fernando Pallarés. Encontré en él una persona muy experimentada en todos los ámbitos. A Pablo Domínguez, por escuchar mis situaciones e inquietudes ajenas a la Universidad. Siempre recordaré los consejos de ambos.

Gracias a mis demás profesores, por enseñarme cada día, no sólo sus materias, sino a formarme como persona.

Por último, agradecer a los informantes clave que entrevisté durante mi estadía en San Nicolás. Me brindaron mucha información y consejos y fueron siempre muy cordiales.

*Gonzalo Serman Ursino.*

## **Índice**

### **PRIMERA PARTE**

#### **Capítulo 1: INTRODUCCIÓN**

Introducción.....	8
Problema.....	10
Objetivos.....	11
Justificación.....	12
Limitaciones.....	13
Antecedentes.....	14
Hipótesis.....	15

#### **Capítulo 2: ASPECTOS METODOLOGICOS**

Tipo de Investigación.....	17
Unidades de análisis, variables y valores.....	19
Instrumentos y fuentes.....	21
Modelo de encuestas a visitantes.....	23
Modelo de encuestas a residentes.....	27
Modelo de entrevistas para autoridades calificadas.....	29
Modelo de planilla de observación.....	32

### **SEGUNDA PARTE**

#### **Capítulo 3: MARCO REFERENCIAL**

Zona de estudio.....	35
Clima.....	39

Relieve.....	40
Medios de acceso.....	40
Planos.....	43
Historia.....	44
Demografía.....	49
Economía.....	50
Flora y fauna.....	51

#### Capítulo 4: MARCO TEORICO CONCEPTUAL

Definiciones de Turismo.....	54
Características del turismo.....	56
Turismo Religioso.....	62
Sistema Turístico.....	69
Oferta y demanda.....	74
Planta turística.....	79
Atractivos turísticos.....	80
Infraestructura.....	83
Superestructura.....	85
Mercadotecnia y análisis FODA.....	86

### **TERCERA PARTE**

#### Capítulo 5: COMPONENTES DEL SISTEMA TURISTICO

Demanda turística.....	91
Planta Turística.....	96
Atractivos Turísticos.....	116

Infraestructura.....	140
Superestructura.....	144
Comunidad Local.....	150
<u>Capítulo 6: ANALISIS DEL TURISMO RELIGIOSO COMO NUEVO PATRIMONIO CULTURAL</u>	
Características y descripciones.....	153
<b>CUARTA PARTE</b>	
<u>Capítulo 7: ANALISIS DE DATOS</u>	
Análisis de encuestas a visitantes.....	165
Análisis de encuestas a residentes.....	179
Análisis de entrevistas a autoridades calificadas.....	186
Análisis de planillas de observación.....	209
<b>QUINTA PARTE</b>	
<u>Capítulo 8: CONCLUSIONES Y PROPUESTAS</u>	
Análisis FODA.....	214
Conclusiones.....	218
Propuestas.....	221
<b>SEXTA PARTE</b>	
<u>Capítulo 9: BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES</u>	
Libros.....	225
Artículos periodísticos.....	228
Páginas web.....	230
<u>Capítulo 10: ANEXOS</u>	

Ordenanza N° 5145/00: "Puestos Zonas del Santuario".....	233
Ordenanza N° 7002: "Guías de Turismo de San Nicolás".....	242
Ordenanza N° 8592: "Disolución Ente Mixto de Promoción Turística".....	245

**PRIMERA PARTE**  
CAPÍTULO 1:  
INTRODUCCIÓN

## “Análisis del Turismo Religioso en San Nicolás y propuestas para diversificar la oferta turística”

### **Introducción:**

A fines del siglo XX, el turismo como práctica social fue una de las actividades de mayor crecimiento. La disponibilidad de recursos materiales y de tiempo libre en los diversos sectores de la sociedad permitió que éstos tengan la necesidad y la motivación de trasladarse a un sitio fuera de su residencia habitual. El turismo debe ser pensado como una actividad moderna, en la que el turista se inserta en un contexto social, político, económico y cultural que hace referencia a la modernidad y que mayormente se desarrolla en las sociedades occidentales. Indudablemente es un fenómeno cultural causado por el aumento de los conocimientos, del tiempo libre y la posibilidad de movilidad. También es un fenómeno psicológico comprensible, ya que en la sociedad moderna, a causa de la industrialización, urbanización y despersonalización, el individuo siente la necesidad de distensión, distracción, y de un cambio en su vida rutinaria.

En la actualidad, con el avance de tecnologías y mayor disponibilidad económica trajo como consecuencia poblaciones más sensibles y cultas originando así una reacción contra la masificación generalizada hacia un destino. Por ello, se puede afirmar hoy en día la gran diversidad de demanda turística en el mercado. Ésta demanda es muy variada, caracterizada por tener distintas motivaciones de viaje, gustos y costumbres.

En el mercado se introdujeron varios tipos de turismo acorde a la demanda exigente. Uno de ellos es el “Turismo Religioso”. Este tipo de actividad crece día a día mundialmente generando oportunidades de empleo a residentes locales y beneficios económicos para toda una comunidad, aunque también puede provocar impactos negativos. En el presente Trabajo Final, el caso de estudio será el fenómeno de turismo religioso enfocado en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, en la provincia de Buenos Aires.

Este fenómeno religioso de la Virgen de San Nicolás comenzó a mediados de la década de 1980, más precisamente en el año 1983, donde décadas posteriores se convertiría en el segundo sitio religioso más visitado del país, luego del Santuario de la Virgen de Luján. Los días 25 de cada mes, principalmente en Septiembre, donde se da la fiesta principal, los peregrinos se dirigen a la ciudad para realizar la visita, y disponer de la oferta turística que ofrece la ciudad, que es cada vez más amplia. Pero a consecuencia de este fenómeno mariano, la ciudad sólo es conocida por este acontecimiento, relegando otros atractivos con que cuenta y que los turistas no llegan a conocer, por falta de información, publicidad o por



tan sólo el hecho de mantener una imagen y perfil religioso de la ciudad, por parte de los organismos públicos como de la comunidad local.

El objetivo de esta investigación, es conocer la situación actual del crecimiento turístico que presenta la ciudad, en relación a la aparición del fenómeno religioso a partir de la década de 1980. Se analizarán los impactos socio-económicos que ocurrieron a partir de la aparición de la Virgen. Éste fue el punto de partida para que miles de fieles provenientes de diversas partes del país se trasladen hacia la ciudad de San Nicolás para visitar el santuario ubicado en el barrio “El Campito”. El propósito del diagnóstico es realizar un relevamiento de la ciudad y determinar en qué condiciones se encuentra la oferta turística y la infraestructura del lugar y también determinar el grado de participación de la superestructura. Se realizará un análisis de los atractivos turísticos de la ciudad, de forma muy detallada, para conocer si los mismos tienen una jerarquía considerable para que los turistas se encuentren interesados de visitarlos, aparte de su estadía en el santuario. Se establecerá la demanda que acude a la ciudad y las motivaciones por las cuales visitan San Nicolás y cuáles son sus expectativas, como así también a los residentes del lugar que forman parte de esta actividad.

A partir de encuestas, entrevistas y planillas de observación, se podrá determinar también la imagen y perfil de la ciudad. Qué es lo que pretende el municipio en cuanto al posicionamiento de San Nicolás en el mercado y las estrategias que utiliza para fortalecer el destino. Se pretende, además, encontrar herramientas que puedan consolidar a la ciudad, generando un mayor ingreso económico, nuevas fuentes de empleo y principalmente una mayor concurrencia de turistas y visitantes al destino, es decir aumentar la demanda turística.

*“El turismo debe ser un fenómeno por el cual todos los actores involucrados en el sistema, estén meramente dispuestos a convivir con una buena relación y predisposición”*.<sup>1</sup> No tendrá éxito sin un diálogo entre los mismos, principalmente entre el municipio y la comunidad local. Este contacto facilita la paz entre todos y genera una solidaridad entre todos los ciudadanos, y hasta mejorará las atenciones a los turistas durante su estadía, logrando que éstos en su retorno les generen un buen recuerdo. De este modo, “el turismo se pone al servicio de la solidaridad entre todos los hombres y del encuentro entre los visitantes, facilitando la comprensión entre los individuos y naciones, y constituye una oportunidad para realizar un futuro de paz”<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Martínez Maciel, Manuel. Perspectivas para pensar el Turismo. Conferencia Episcopal Argentina. 2008.

<sup>2</sup> Martínez Maciel, Manuel. Perspectivas para pensar el Turismo. Conferencia Episcopal Argentina. 2008.

**Planteo del problema de investigación:**

- Pregunta principal:

-¿Cuál fue la incidencia del turismo religioso en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos en relación con el crecimiento turístico de la ciudad en su conjunto?

-¿Cuál es el funcionamiento de los componentes del sistema turístico de San Nicolás?

- Preguntas secundarias:

-¿Cuál es la situación actual de la ciudad de San Nicolás en relación a su potencial turístico?

-¿Cuáles son los impactos positivos y negativos de la llegada masiva de turistas a la ciudad los días 25 de cada mes?

-¿Con qué tipos de atractivos naturales, históricos y culturales cuenta la ciudad de San Nicolás? ¿Qué otras actividades pueden realizar los turistas?

-¿Cuenta la ciudad con un equipamiento hotelero suficiente? ¿En qué estado se encuentra la infraestructura? ¿Cuál es el rol de la superestructura?

-¿Cuál es el perfil del turista que visita la ciudad de San Nicolás? ¿Cuál es la demanda real que se presenta?

-¿Cuál es la interacción entre los componentes del sistema turístico?

-¿Cuál es la imagen que pretende mostrar o alcanzar la comuna acerca de la ciudad? ¿Cuál es el perfil de ciudad que quiere promover el Municipio?

-¿Cuál es la importancia que le da la comunidad local al turismo en la ciudad?

-¿Puede generarse otro tipo de producto de jerarquía para posicionar en el mercado a San Nicolás, además de turismo religioso?

### **Objetivos de la investigación:**

- Objetivo general:

*“Son aquellos que dirigen el trabajo, constituyen la expresión de lo que se quiere alcanzar al final del mismo”.*<sup>3</sup>

*“Pueden definirse como los enunciados de los resultados esperados, o como los propósitos que se desean alcanzar dentro de un período determinado, a través de la realización de determinadas acciones articuladas en proyectos o actividades”.*<sup>4</sup>

-Conocer la situación actual de la ciudad mediante un diagnóstico de su sistema turístico, y la relación de su crecimiento a partir del incremento del turismo religioso.

-Formular propuestas de acciones y estrategias para la mejora del desarrollo turístico del destino.

- Objetivos específicos:

*“Son los que implican acciones para alcanzar el objetivo general. Son pasos sin los cuales el logro del objetivo general resultará imposible o en su defecto incompleto”.*<sup>5</sup>

-Analizar los impactos positivos y negativos que contrae el turismo religioso en la ciudad.

-Conocer las actividades que se practican en la ciudad y alrededores, además de turismo religioso.

-Describir, jerarquizar y detallar los atractivos turísticos que posee la ciudad de San Nicolás.

-Analizar la planta y la infraestructura turística para determinar si se encuentra en condiciones para recibir al turista, y detallar sus falencias.

-Evaluar la participación que tienen los organismos públicos en la ciudad y determinar sus estrategias.

-Analizar la imagen del lugar a partir de la aparición del fenómeno de turismo religioso y conocer la imagen que tiene el turista de la ciudad.

---

<sup>3</sup> Toyos, M; Massafra, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009

<sup>4</sup> Ander-Egg, E. Introducción a la planificación estratégica. Ed. Lumen. 2007

<sup>5</sup> Toyos, M; Massafra, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009

-Determinar el grado de participación de la comunidad local en la ciudad, y su relación para con los turistas.

### **Justificación de la investigación:**

A mediados de la década de 1980, en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos tuvo lugar un hecho que cambiaría totalmente el perfil de esta ciudad. Con el pasar de los años, se implementó el concepto de “Turismo Religioso”, es decir, la motivación de los visitantes foráneos, la mayoría devotos del cristianismo y el misticismo, de trasladarse a esta ciudad con esa meta religiosa. Año tras año, ese gran número de personas que se traslada, genera un constante movimiento y vida a la ciudad, además de beneficios económicos para la comunidad. Décadas anteriores, San Nicolás era tan solo un pueblo que vivía de una fábrica en donde la mayoría de pobladores trabajaba en ella, y fue un ícono de la ciudad por varios años. Hoy en día lo que sucede es distinto. La comunidad se alimenta de un turismo que surgió a finales de la década de los 80 y no para de crecer. Resulta atractivo cómo observar, leer la historia y hasta sentir el cambio de perfil de ésta ciudad, que en la actualidad vive una realidad completamente distinta y su desarrollo turístico se incrementa día a día producto de un fenómeno religioso que se basa en la creencia y la fe en el cristianismo.

Pero con este acontecimiento tan importante, que indudablemente es el ingreso económico más importante de la ciudad, se pierde la importancia de otros atractivos con que cuenta que seguramente la mayor demanda de turistas los ignora.

Realizando un diagnóstico se determinará cuál es la situación actual de la oferta turística que ofrece la ciudad, la infraestructura, el rol de la superestructura y la demanda turística que hace de San Nicolás uno de los destinos de turismo religioso más importantes de nuestro país, pero que también ofrece otras variantes que los turistas desconocen por falta de información o publicidad del destino.

También se analizarán los impactos de esta actividad económica en los residentes y la relación que mantienen con los turistas provenientes de distintos lugares del país. Ésta relación debe ponerse en un primer plano para el desarrollo de la actividad turística en el lugar.

Es de suma importancia la realización de esta investigación, ya que se pretende analizar no sólo el fenómeno religioso y sus ingresos económicos muy necesarios para la comuna, sino también la variada oferta turística con que cuenta el destino. La ciudad que estaba en crisis por el cierre de la fábrica que era la labor principal de la ciudad, pudo salir adelante e incluso incrementarse en oferta e infraestructura, tras surgir el fenómeno de la aparición de

la Virgen, pero no debe estancarse únicamente en esta actividad como sucedió en los años de la fábrica SOMISA (Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina), en los cuales la población dependía de la misma.

Ésta investigación tiene como principal objetivo informar al lector acerca de la ciudad de San Nicolás en sí, haciendo un enfoque en su principal actividad económica que es el turismo religioso y además, mediante el diagnóstico del sistema turístico, evaluar la oferta con que cuenta, determinar si la infraestructura es la adecuada para recibir a miles de visitantes en un año, y generar nuevas propuestas y estrategias para mejorar su funcionamiento, teniendo siempre en cuenta el protagonismo del turista en la ciudad.

### **Limitaciones de la investigación:**

Las limitaciones de la investigación son los posibles obstáculos que se puedan encontrar para la formulación de la misma, como también restricciones para la recolección y análisis de datos.

Es de suma importancia tener en cuenta las dificultades que se presentarán antes de comenzar a hacer un trabajo de investigación específico. Las principales limitaciones que se destacan para la realización de esta investigación son las siguientes:

- Información bibliográfica difícil de conseguir, ya que se carece de bibliografía específica que trate sobre turismo religioso.
- Predisposición desfavorable de los actores locales para responder a encuestas y entrevistas.
- Difícil acceso a conseguir entrevistas.
- Falta de información de estadísticas año por año.
- Páginas web muy escasas y limitadas en su información.
- Sólo se encontró un antecedente de un Plan de Obras de Infraestructura de la ciudad.

### **Antecedentes:**

En la búsqueda de antecedentes de trabajos realizados sobre la ciudad de San Nicolás, se encontró un Plan Director de Obras de Infraestructura, realizado por el ex Ente Mixto de Promoción Turística, actualmente disuelto y el PLESAN (Plan Estratégico de San Nicolás)

A partir del año 1998 se puso en marcha el **PLESAN** y se finalizó en el año 2002. El Plan contempló cinco líneas estratégicas:

- Desarrollo endógeno local
- Promoción de atractivos urbanos
- Modernización del Estado Municipal
- Integración social
- Integración urbana

Objetivo:

- Se pretende consolidar a San Nicolás como centro de peregrinación a partir de cualificar sectores turísticos, comerciales y culturales, y de la puesta en valor de los atractivos urbanos y paisajísticos. Para su logro se establece el Programa de Promoción Turística el cual incluye tres subproyectos: Circuitos y productos turísticos, Servicios al visitante y Marketing de la ciudad.

El **Plan Director de Obras de Infraestructura** se creó en el año 2005 y tiene un lapso de ejecución hasta el año 2016.

Se escribió con el objetivo de implementar una infraestructura que realizara los recursos existentes de la ciudad y brindara la necesaria competitividad que San Nicolás debería tener como destino turístico. Se considera que el turismo receptivo es en la ciudad uno de los sectores de actividad económica con más dinamismo y posibilidades de crecimiento en el corto y mediano plazo, y por eso su desarrollo debe ser tenido en cuenta como una acción estratégica para la ciudad.

El Plan expresa además que el flujo turístico de la ciudad se vio incrementado a partir del mes de septiembre del año 1983, fecha que nace el fenómeno Mariano. Y además de la fe son otros los motivos por los que un visitante puede elegir San Nicolás como destino de su viaje ya sea por su historia, cultura o naturaleza.

### **Hipótesis:**

*“Las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones”<sup>6</sup>*

*“La hipótesis es una tentativa de explicación de los hechos o fenómenos a estudiar que se formulan al comienzo de una investigación mediante una suposición o conjetura verosímil destinada a ser probada por la comprobación de los hechos”.<sup>7</sup>*

La hipótesis es una supuesta explicación de los hechos que da el investigador a modo de proposiciones, en donde siempre se va a tener en cuenta durante toda la investigación y en la que buscará una respuesta. Puede haber una o varias dentro de un caso de estudio, y se comprobará si es exacta o equívoca cuando se finalice la investigación.

- En la actualidad, San Nicolás de los Arroyos como ciudad adquiere un perfil religioso, ya que los días 25 de cada mes, miles de visitantes no solo de Buenos Aires sino de otras provincias arriban a la ciudad con el tan solo hecho de ingresar al Santuario de la Virgen María del Rosario de San Nicolás. A raíz de este gran movimiento mensual, el desarrollo turístico de la ciudad se incrementó por la fuerza en gran parte en los últimos años, posibilitando la llegada de peregrinos de todo el país, pero relegando otros atractivos y actividades que se destacan, y que los visitantes ignoran. Los organismos públicos y privados que intervienen en el rubro turístico de la ciudad, no advierten ni promocionan las alternativas que podría ofrecer San Nicolás. A esta afirmación, se agrega que la comunidad local no está concientizada acerca de los beneficios que puede tener un buen desarrollo de la actividad en el lugar, posicionando a la ciudad de San Nicolás como un destino en donde se podrían practicar varios tipos de turismo. Es así que, formulando nuevas propuestas y estrategias, se podrá mejorar las falencias del sistema turístico y diversificar la oferta turística.

---

<sup>6</sup> Hernández Sampieri, R; Collado, P. Metodología de la Investigación. Ed. Mac Graw-Hill. 2003

<sup>7</sup> Ander Egg, E. Técnicas de Investigación Social. Ed. Magisterio del Río de la Plata. Bs As. 1980

## CAPITULO 2: ASPECTOS METODOLÓGICOS



### **Tipo de investigación:**

En una investigación hay diferentes tipos de diseño, planes o estrategias que se desarrollan para obtener la información que se requiere en una investigación. Esto está relacionado con lo que se quiere plantear el investigador, desde el punto de vista de sus objetivos.

Desde el punto de vista de Carlos Sabino, las investigaciones suelen dividirse en tres tipos:

**EXPLICATIVA:** “(...) se proponen, mediante la prueba de alguna hipótesis, encontrar relaciones entre variables que permitan conocer por qué y cómo se producen los fenómenos en estudio. Este tipo de trabajo implica que los objetos a estudiar ya son conocidos de un modo suficiente, es decir, que se cuenta con una descripción de los mismos”.<sup>8</sup>

En este tipo de investigación, el tema a desarrollar ya es conocido por el investigador y lectores. Se trata de detallar el por qué y cómo suceden los hechos, es decir las unidades de análisis y las variables de estudio.

**DESCRIPTIVA:** “Se 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 hipótesis, sino de la descripción de hechos a partir de un criterio o modelo teórico definido previamente”.

Según Rut Vieytes, en las investigaciones descriptivas “se debe especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno”.<sup>9</sup>

Y por último, Sampieri agrega: “Describir se trata de recolectar datos, se pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre conceptos o las variables a las que se refieren. Pueden integrar las mediciones o información de cada una de dichas variables o conceptos para decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés. Su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables”.

En esta investigación descriptiva, se pretende especificar detalladamente todo tipo de fenómeno de estudio. Se diferencia de la investigación explicativa en tanto al objeto de estudio se describe cómo es y cómo se presentan determinados fenómenos y no por qué ocurren, como lo es la explicativa que busca la causa de su ocurrencia.

---

<sup>8</sup> Sabino, C. Cómo hacer una Tesis: Guía para elaborar u redactar trabajos científicos. Ed Panapo. 1987

<sup>9</sup> Vieytes. R. Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas. Ed. De las Ciencias. Bs As. 2004

**EXPLORATORIA:** Según Carlos Sabino “*aquellas que sólo se proponen alcanzar una visión general, aproximativa, del tema en estudio*”. Mientras que para Hernández Sampieri “*Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes*”.

Por último, en la investigación exploratoria, se pretende saber e indagar acerca de lo poco conocido, en donde no se encuentre mucha información disponible o investigaciones poco frecuentes y casi nulas acerca de un caso de estudio. Teniendo también como objetivo alcanzar una visión general del mismo.

En el caso de esta investigación, en el cual se realizará un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás, en su relación con el fenómeno del turismo religioso, la investigación que se llevará a cabo es EXPLICATIVA ya que se busca explicar cómo influye el turismo religioso en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos y DESCRIPTIVA realizando un relevamiento de su sistema turístico detallando cada unidad de análisis y variables. En el estudio de caso, no hay muchas investigaciones llevadas a cabo, intercalando el turismo religioso con otro tipo de turismo que se pueda llegar a dar en San Nicolás. A raíz de ésta cuestión, y teniendo en cuenta la definición de Hernández Sampieri, se puede llegar a la conclusión que también será un tipo de investigación EXPLORATORIA.

En el presente trabajo, en la cual se realizará el diagnóstico del sistema turístico de la ciudad de San Nicolás, se analizarán cada uno de los componentes y sus dimensiones. Este conjunto, lo integran el universo de estudio, las unidades de análisis, las variables y sus respectivos valores.

**Universo de estudio:**

“*Se denomina universo de estudio al total de la población que será sometida al análisis*”.<sup>10</sup> Es la suma de todos los datos y puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales se pretende indagar y conocer características. En el presente trabajo, el universo de estudio es la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, incluyendo todos sus componentes, es decir sus unidades de análisis.

**Muestra:**

Es un subconjunto representativo de un universo bien definido. Cuando se analiza una parte de la población y no el total, la misma debe ser lo más representativa posible, lo que significa que los elementos que forman parte de la muestra puedan representar a todo el

---

<sup>10</sup> Toyos, M; Massafra, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009

universo, para luego poder generalizar. Las muestras pueden ser probabilísticas, o no probabilísticas. En las primeras todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos, mientras que en las no probabilísticas supone una elección más informal, casual y arbitraria.<sup>11</sup>

**Unidad de análisis:**

“Son los individuos, grupos, empresas, viviendas, instituciones, productos, etc. que serán estudiados”.<sup>12</sup> Las unidades de análisis son los grupos que conforman el átomo de estudio. En este caso sería cada componente del sistema turístico, como ser la demanda, planta turística, infraestructura, atractivos, superestructura y comunidad local.

**Variables:**

Las variables son la cualidad, cantidad o atributo de la unidad de análisis. Las variables permitirán analizar en detalle el punto que interesa de la unidad de análisis. Se utilizarán variables cualitativas como por ejemplo estado de conservación, medios de acceso, etc. y variables cuantitativas como ser cantidad de plazas disponibles, cantidad de establecimientos gastronómicos, entre otros ejemplos.

**Valores:**

Es cada uno de los estados que clasifican a las variables, los parámetros de análisis.

A continuación se detallan las unidades de análisis del diagnóstico del sistema turístico y sus variables para evaluar:

<b><u>Unidad de Análisis</u></b>	<b><u>Variables</u></b>
❖ DEMANDA TURÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil</li> <li>• Motivaciones</li> <li>• Procedencia</li> <li>• Comportamiento</li> <li>• Estadía promedio</li> <li>• Relación con residentes</li> <li>• Grado de satisfacción</li> </ul>

<sup>11</sup> Hernández Sampieri, R; Collado, P. Metodología de la Investigación. Ed. Mac Graw-Hill. 2003

<sup>12</sup> Vieytes. R. Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas. Ed. De las Ciencias. Bs As. 2004

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ PLANTA TURISTICA (EQUIPAMIENTO)	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Cantidad de plazas disponibles</i></li><li>• <i>Diversidad de alojamientos</i></li><li>• <i>Cantidad de establecimientos gastronómicos</i></li><li>• <i>Esparcimiento</i></li><li>• <i>Otros servicios</i></li></ul>

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ PLANTA TURÍSTICA (INSTALACIONES)	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Tipo de instalación</i></li><li>• <i>Utilidad</i></li><li>• <i>Estado de conservación</i></li></ul>

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ ATRACTIVOS TURÍSTICOS	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Tipos</i></li><li>• <i>Subtipos</i></li><li>• <i>Accesibilidad</i></li><li>• <i>Jerarquía</i></li><li>• <i>Estado de conservación</i></li><li>• <i>Costo por acceso</i></li></ul>

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Transporte</i></li> <li>• <i>Comunicaciones</i></li> <li>• <i>Sanidad</i></li> <li>• <i>Educación</i></li> <li>• <i>Energía</i></li> <li>• <i>Vías de acceso</i></li> <li>• <i>Señalización</i></li> <li>• <i>Estado de pavimento</i></li> <li>• <i>Higiene y limpieza</i></li> <li>• <i>Obras públicas</i></li> <li>• <i>Plan de mejoras</i></li> </ul>

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Organizacional (sector público y privado)</i></li> <li>• <i>Conceptual (leyes, reglamentos, planes)</i></li> </ul>

<u>Unidad de Análisis</u>	<u>Variables</u>
❖ COMUNIDAD LOCAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Impactos positivos y negativos</i></li> <li>• <i>Interés por el turismo</i></li> <li>• <i>Tolerancia al turista</i></li> </ul>

**Instrumentos y fuentes:**

“Los instrumentos de medición de datos tienen que ser confiables y válidos”.<sup>13</sup> La recolección de los datos que se utilizarán para esta investigación son: encuestas, entrevistas, y observaciones.

<sup>13</sup> Hernández Sampieri, R; Collado, P. Metodología de la Investigación. Ed. Mac Graw-Hill. 2003

### **Encuestas:**

La encuesta se basa en la declaración oral o escrita de individuos de una población concreta, declaración que se obtiene mediante la lectura de una serie de preguntas. Existen 4 tipos: La encuesta personal, telefónica, por correo, y por correo electrónico.

Se utilizará la encuesta personal, ya que se obtendrá un mayor número de respuestas con más calidad y espontaneidad en la información que brindará el encuestado, y hasta se podrá observar su manera de hablar, tono de voz y gestos, lo que posibilita sacar mayores conclusiones o suposiciones.

Existen varios tipos de preguntas que se utilizan en las encuestas, y las más usadas son las cerradas o abiertas. Las preguntas cerradas son aquellas cuyas respuestas constan en el cuestionario y están acotadas, y tienen un conjunto de opciones para seleccionar como alternativa. Las preguntas abiertas no implican respuestas de manera prefijada, y el entrevistado podrá expresar más su opinión y aportar más datos. En la encuesta que se llevará a cabo, se realizarán preguntas abiertas y cerradas.

Se harán encuestas a turistas, para conocer sus motivaciones de viaje, su grado de satisfacción acerca de su experiencia en el destino, y el perfil de los visitantes en general. Estas encuestas se realizarán en una fecha determinada a elección. También se realizarán encuestas a residentes para determinar su grado de aceptación que tienen hacia los visitantes y evaluar los impactos tanto positivos como negativos que el fenómeno del turismo produce.

### **Entrevistas:**

La entrevista consiste en una comunicación verbal en profundidad con sujetos previamente escogidos con el fin de obtener información relevante, que se obtiene por medio de preguntas, que se realizan cara a cara.

Las entrevistas pueden ser de tipo estructuradas, semi-estructuradas o no estructuradas. Las entrevistas que se llevarán a cabo serán semi-estructuradas. Éstas permiten, además de conocer la opinión del entrevistado con preguntas cerradas, indagar sobre otros aspectos que no están visibles, a través de preguntas abiertas.<sup>14</sup> Las preguntas se arman previamente, y pueden dispararse otras que no se tenían como guión previo.

Se utilizará el instrumento de entrevistas a informantes calificados y adentrados en el tema de interés de la investigación, como por ejemplo autoridades del ente turístico de la ciudad,

---

<sup>14</sup> Toyos, M; Massafra, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009

hoteleros, y con alguna autoridad del Santuario. Se llevará a cabo de manera personal y por medio de este instrumento se obtendrá más información que tal vez en otras fuentes sería muy difícil de conseguir. En caso que el entrevistado acceda sin inconveniente, se utilizará el método de grabación para luego analizar profundamente la entrevista completa.

### **Observación:**

Fue la primera técnica que se utilizó para recolectar datos. *“Es la percepción de los fenómenos a través de los sentidos”*<sup>15</sup>. Las observaciones se pueden clasificar según la participación del observador y según la sistematización de la observación, como las más destacadas.<sup>16</sup> Pueden ser directas participantes, o no participantes. La participante es aquella en donde el observador se involucra entrando al grupo que está analizando. La directa no participante, el investigador observa y con esos datos realiza relaciones con las variables previamente definidas. Y en cuanto a su sistematización, la observación sistematizada exige tener anticipadamente bien estipulado aquello que se observará y sobre lo que se habrá que prestar atención, mientras que la no sistematizada es aquella que se efectúa sin ninguna previsión sobre lo observado.

Se utilizará el método de observación no participante ya que se pasa por desapercibido y se recolectan datos sobre las variables que ya estaban estipuladas. Y será también una observación sistematizada, ya que lo que se observará se sabrá de antemano y se hará énfasis en lo que haya que prestar atención. En el caso de San Nicolás se tratará de medir los accesos, la señalización, estado de pavimento, limpieza e higiene, entre otras.

Todos estos instrumentos anteriormente mencionados forman parte de las **fuentes de información primaria**. Son aquellas que proporcionan datos o proveen información de manera directa, obtenidas por el investigador.

Por otro lado, las **fuentes de información secundaria**, son las elaboradas por otros acerca de un tema determinado, como ser diccionarios, enciclopedias, biografías, entre otros.

A continuación se detallan los modelos de encuestas tanto para turistas como para visitantes, las entrevistas a informantes calificados, y las planillas de observación.

### **MODELO DE ENCUESTAS PARA VISITANTES:**

*Buen día / buenas tardes, mi nombre es Gonzalo y soy alumno de cuarto año de la Universidad Abierta Interamericana de la carrera Lic. en Turismo y estoy realizando una*

---

<sup>15</sup> Toyos, M; Massafra, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009

<sup>16</sup> Rubio, J; Varas, J. El análisis de la realidad en la intervención social: Métodos y técnicas de investigación. Ed. CCS. Madrid. 1988

*investigación para conocer el perfil, motivaciones y su nivel de satisfacción en relación a su experiencia vivida en esta ciudad. Agradecería su respuesta para conocer sus opiniones. La encuesta es anónima y sólo demorará unos minutos.*

**ENCUESTAS A VISITANTES:**

**N°:**

**Fecha:**

**Sección 1: Datos demográficos, motivo, estadía y preguntas varias**

1	Sexo:	Femenino:	Masculino:
---	-------	-----------	------------

2	Grupo Etario:	Menor de 21 años	
		22 a 35 años	
		36 a 50 años	
		50 a 65 años	
		65 años en adelante	

3	Lugar de procedencia:	
---	-----------------------	--

4	Ocupación o profesión:	
---	------------------------	--

5	Tiempo que lleva en la ciudad:	Horas	
		Días	
		Más de una semana	
		Más de un mes	

6	¿Es la primera vez que la visita?	Si	No (deriva a pregunta 7)
---	-----------------------------------	----	--------------------------

7	¿Cuántas veces la visitó?	Dos veces	
		Tres veces	
		más de cinco	

8	¿Quién lo acompaña?	Solo	
		Pareja	



		Familiares	
		Amigos	
		Grupo turístico	
		Otros	

9	Motivo principal de la visita:	Religioso	
		Histórico-Cultural	
		Ocio y recreación	
		Trabajo/estudio	

10	Medio de transporte que utilizó:	Auto	
		Micro de larga distancia	
		Transporte público local	
		Tren	

11	Organización de viaje	Manera propia	
		Agencia de viaje	
		Otros	

12	Tipo de alojamiento contratado:	Hotel	
		Casa de familia	
		Cabaña	
		Camping	
		Hostel	
		No contrató	

13	Califique servicio en caso de haber contratado:	Excelente	
		Muy bueno	
		Bueno	
		Regular	
		Malo	

14	¿Visitó algún establecimiento gastronómico?	Sí (¿Cuál?) Deriva a 15	No (¿Por qué?)
----	---	-------------------------	----------------

.....

15	Califique las siguientes opciones:					
	Relación precio/calidad	EX	MB	B	R	M
	Atención recibida	EX	MB	B	R	M
	Estado del edificio	EX	MB	B	R	M

16	Califique a la ciudad con respecto a:					
	Vías de acceso:	EX	MB	B	R	M
	Higiene y limpieza:	EX	MB	B	R	M
	Medios de transporte:	EX	MB	B	R	M
	Seguridad:	EX	MB	B	R	M
	Centros de información turística	EX	MB	B	R	M

17	Califique la calidad de atención recibida por residente:	EX	MB	B	R	M
----	--	----	----	---	---	---

**Sección 2: Preguntas referidas al aspecto religioso. Se realizarán exclusivamente a los visitantes que se encuentren en el predio “El Campito” o en los comercios situados próximos al Santuario. En caso contrario no se completarán.**

1) ¿Es la primera vez que ingresa al Santuario?

- a) Sí.
- b) No. ¿Cuántas veces? .....

2) ¿Qué expectativas tiene acerca de esta visita?

.....  
 .....

3) ¿En qué estado encuentra al Santuario con respecto a su construcción?

.....  
 .....

4) ¿Conoce algún otro tipo de atractivo de la ciudad, además del Santuario? ¿Cuáles?

.....  
.....

5) ¿Recomendaría visitar el Santuario? ¿Por qué?

.....  
.....

6) ¿Conoce algún otro centro de peregrinación en el país o en el mundo?

- a) Sí. (¿Cuáles?) .....
- b) No.

**MODELO DE ENCUESTAS PARA RESIDENTES:**

*Buen día / buenas tardes, mi nombre es Gonzalo y soy alumno de cuarto año de la Universidad Abierta Interamericana de la carrera Lic. en Turismo y estoy realizando una investigación para conocer lo que significa la actividad turística en la ciudad para usted residente y su relación con los visitantes. Agradecería su respuesta para conocer sus opiniones. La encuesta es anónima y sólo demorará unos minutos.*

**ENCUESTAS A RESIDENTES:**

**N°:**

**Fecha:**

Sexo:      M      F              Edad:

1) ¿Cuál es su ocupación?

- Estudiante.
- Comerciante.
- Empleado.
- Profesional.
- Desocupado.
- Jubilado.
- Otros.

2) ¿Cree que la ciudad cuenta con atractivos suficientes para atraer turistas?

- SI.
- NO.

3) ¿Cuáles son los más visitados?

.....  
.....

4) Según su opinión, ¿cuál le parece el más importante? ¿Se encuentran en buen estado de conservación?

.....  
.....

5) ¿Cree que el turismo es un beneficio para la comunidad local? ¿Por qué?

- SI
- NO

.....  
.....

6) ¿Qué mejoras se lograron a partir de la llegada de turistas a la ciudad?

.....  
.....

7) La actividad turística en la ciudad, ¿puede generar algún tipo de diferencias entre el turista y el residente? En caso de responder positivamente, ¿cuáles?

- SI
- NO

.....  
.....

8) ¿Cuál es su opinión acerca del municipio en relación a la promoción turística de la ciudad? ¿Tiene el municipio alguna participación o relación con los residentes en cuanto a la actividad turística?

.....  
.....  
.....  
.....

9) ¿Recomendaría visitar San Nicolás? ¿Por qué?

- SI
- NO

.....  
.....

### **MODELO DE ENTREVISTAS PARA AUTORIDADES CALIFICADAS:**

*Consideraciones:* Al realizar entrevistas semi-estructuradas como se explicó anteriormente, la presentación a la entrevista contará con un guión de preguntas de principal importancia para la investigación. Las mismas pueden que cambien de orden o se dispararán otras que no se tenían previstas en el guión, según cada momento determinado de la entrevista para obtener más información. Por eso es semi-estructurada. Además es probable que surjan otras entrevistas con sectores con los cuales no fueron pactadas anteriormente.

#### **Entrevista N°1**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Luciano Pastocchi. (Ex director del Ente Mixto de Promoción Turística de San Nicolás)**

**Cargo: Concejal del Frente Renovador.**

#### **Guión:**

- 1) ¿Cuál es su cargo actual?
- 2) ¿Qué fue el Ente Mixto de Promoción Turística y cuáles eran sus funciones?
- 3) ¿Qué sucedió con la disolución del ente? ¿Qué organismo lo reemplaza?
- 4) ¿Cree que la ciudad esté preparada para recibir a un millón de turistas al año? ¿Qué sucede los 25 de septiembre?
- 5) ¿Se lleva algún tipo de registro de la cantidad de turistas que visita San Nicolás anualmente?

- 6) ¿Existe o existió algún plan actual para mejorar la infraestructura turística de la ciudad?
- 7) ¿Existe algún tipo de ley municipal que regule la actividad turística?
- 8) ¿Se produjo un gran crecimiento económico a partir del turismo?
- 9) ¿Cómo es la relación entre el turista y la comunidad local?
- 10) ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la ciudad?
- 11) ¿Algo más para agregar?

### **Entrevista N°2**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Anabella Bolognini.**

**Cargo: Empleada en Departamento de Reservas del Hotel Río.**

### **Guión:**

- 1) ¿Cuándo comenzó a operar el hotel?
- 2) ¿Hace cuánto tiempo que usted trabaja en el servicio de alojamiento?
- 3) ¿Con cuántas habitaciones cuenta el hotel y cómo están distribuidas?
- 4) ¿Cuál es el perfil del cliente que mayormente se aloja?
- 5) ¿Qué sucede los 25 de septiembre, durante la fiesta de la Virgen? ¿Se incrementa la demanda?
- 6) Además de esa fecha, ¿en qué otra época del año recibe mayores turistas?
- 7) ¿Cuál es la estadía promedio de los turistas que se alojan?
- 8) ¿Existe alguna relación con algún organismo público de la ciudad?
- 9) ¿De qué manera se promociona el hotel?
- 10) ¿Desea agregar algo más?

### **Entrevista N°3**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Juan Cruz Alimena.**

**Cargo: Sacerdote del Santuario María del Rosario.**

#### **Guión:**

- 1) ¿Hace cuánto tiempo se encuentra en el Santuario? ¿Es oriundo de San Nicolás?
- 2) ¿Cuáles son los impactos positivos y negativos a partir de la llegada de miles de turistas en la ciudad?
- 3) ¿Cree que el predio “El Campito” esté apto para albergar a miles de turistas, principalmente los días 25 de cada mes?
- 4) ¿Existe alguna relación entre la Iglesia y la municipalidad frente a la organización en las fechas de mayor caudal de fieles?
- 5) ¿En qué fecha está prevista la finalización de la construcción del Santuario?
- 6) De una manera resumida, ¿cómo fue evolucionando el fenómeno del turismo religioso a través de estos últimos años en San Nicolás?

### **Entrevista N°4**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Manuel Martínez Maciel**

**Cargo: Miembro de la Pastoral de Turismo.**

#### **Guión:**

- 1) ¿Cuál es su cargo actual? ¿En qué ámbito se desempeña?

- 2) ¿Qué es la Pastoral de Turismo y qué funciones tiene?
- 3) ¿Qué relación tiene la Pastoral con los entes privados y en qué consiste dicha relación?
- 4) ¿Cómo ha sido la evolución del turismo religioso en Argentina?
- 5) ¿Qué porcentaje de la actividad turística representa el turismo religioso?
- 6) ¿Cree que a partir de la construcción de un Santuario se genera un crecimiento en el ámbito hotelero, gastronómico y en otros sectores?
- 7) ¿Cuáles son los destinos de turismo religioso más importantes del mundo?
- 8) ¿Cómo se posiciona San Nicolás como destino turístico religioso?
- 9) ¿Qué comentario puede hacer acerca de “Perspectivas para pensar el turismo: Documentos pontificios sobre el Turismo”, libro que escribió en conjunto con otras personas?

### **MODELO DE PLANILLA DE OBSERVACIÓN:**

La ciudad de San Nicolás se dividirá en seis áreas, en las cuales se analizarán la cantidad de atractivos, sus accesos, calidad ambiental, centros de información turística, señalizaciones y estado del pavimento.

**Área 1 (A1): Santuario, Paseo Costanero y Parque Rafael de Aguiar**

**Área 2 (A2): Plaza Mitre y Catedral**

**Área 3 (A3): Parque San Martín y Palacio Municipal**

**Área 4 (A4): Teatro Municipal Rafael de Aguiar y alrededores**

**Área 5 (A5): Barrio Somisa**

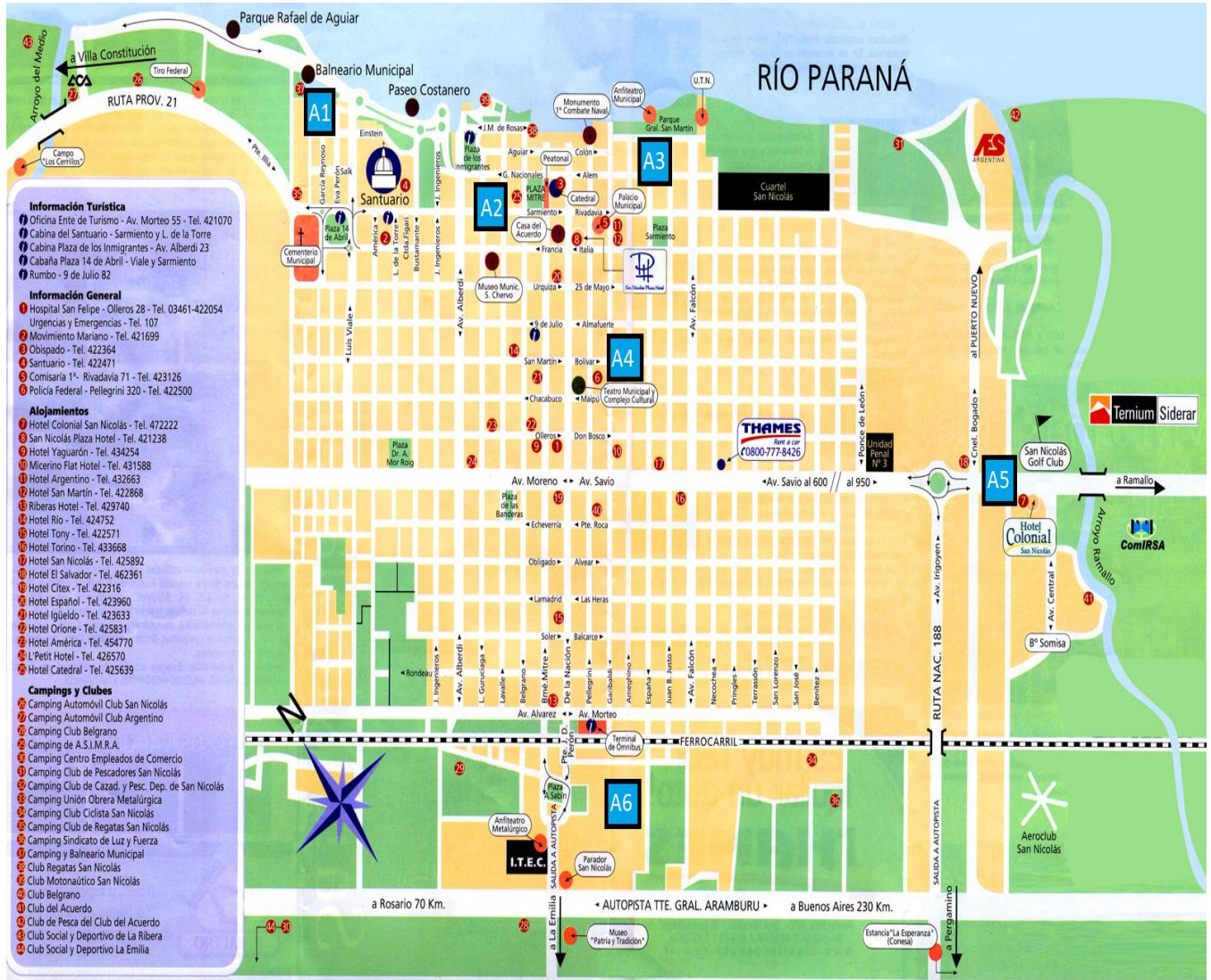
**Área 6 (A6): Terminal de ómnibus y Parador de San Nicolás**

*Parámetros de análisis:*

**M (MALO), R (REGULAR), B (BUENO), MB (MUY BUENO), E (EXCELENTE).**



**Plano dividido por Áreas:**



**SEGUNDA PARTE**

CAPITULO 3:

MARCO REFERENCIAL

## SAN NICOLÁS DE LOS ARROYOS

### Escudo



### Descripción:

San Nicolás de los Arroyos es una ciudad sita en el partido homónimo, ubicada al norte de la provincia de Buenos Aires. Está situada en el extremo noreste de la provincia sobre el río Paraná, que lo separa de la provincia de Entre Ríos; el arroyo del Medio lo limita por el noroeste y lo separa del Departamento Constitución (provincia de Santa Fe), el arroyo Ramallo al sureste constituye el límite con el partido de Ramallo provincia de Buenos Aires). Al suroeste limita con el partido de Pergamino (provincia de Buenos Aires).

El partido tiene una superficie de 68 mil hectáreas y está ubicado exactamente a 35° 20' 30'' latitud sur y 60° 12' 8'' longitud oeste a 27/30 metros del altura sobre el nivel del mar. En su jurisdicción, además de San Nicolás como la ciudad cabecera existen cinco delegaciones municipales correspondientes a las localidades de Campos Salles, General Rojo, Erezcano, Conesa, y La Emilia. La ciudad de San Nicolás tiene una población de 145.821 habitantes según el Censo Nacional del año 2010.

**Ubicación geográfica de la Provincia de Buenos Aires:**



**Ubicación geográfica de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos**



Fuente: Propia.





La ciudad fue fundada el 14 de Abril de 1748 por Rafael de Aguiar, quien le asignó el nombre del santo del cual era devoto, San Nicolás de Bari.

Está ubicada a 254 kilómetros de la Capital Federal. A continuación se presenta un gráfico con las distancias de la ciudad a las capitales de las 23 provincias que conforman nuestro país.

Ciudad	Km
Córdoba (Córdoba)	470 km
Corrientes (Corrientes)	816 km
Formosa (Formosa)	964 km
La Plata (Buenos Aires)	309 km
Mendoza (Mendoza)	924 km
Neuquén (Neuquén)	1148 km
Paraná (Entre Ríos)	290 km
Posadas (Misiones)	1119 km
Rawson (Chubut)	1426 km
Resistencia (Chaco)	796 km
Río Gallegos (Santa Cruz)	2555 km
Salta (Salta)	1320km
San Juan (San Juan)	988 km
San Luis (San Luis)	665 km
San Miguel de Tucumán (Tucumán)	1004 km
San Salvador de Jujuy (Jujuy)	1350 km
Santa Fe (Santa Fe)	260 km
Santa Rosa (La Pampa)	602 km
Santiago del Estero (Santiago del Estero)	896 km
San Fernando del Valle de Catamarca (Catamarca)	907 km
Ushuaia (Ushuaia)	3132 km
Viedma (Río Negro)	980 km

### **Clima:**

El clima corresponde al templado húmedo de llanura. Las temperaturas medias anuales oscilan entre 15 y 17°C, con mínimas y máximas moderadas, pero con heladas en invierno y primavera. Las temperaturas promedio de julio están en el orden de los 10°C, y las de enero en los 24°C, alcanzando valores extremos de 44°C y -4°C. El clima en esta zona está fuertemente influenciado por el Río Paraná que modera la temperatura disminuyendo la frecuencia de heladas.

El valor promedio de precipitaciones anuales es de 1082 mm. Las estaciones más lluviosas son la primavera y el otoño, y la más seca el invierno. Los meses más lluviosos van de octubre a abril cuando el total promedio asciende a 824 mm, es decir al 77% del total anual.

Los vientos dominantes son del este (24,8%), norte (23,5%) y sur (21,5%). La velocidad

media se sitúa alrededor de 9,3 km/h. Entre los fenómenos meteorológicos extemporáneos predominan los vientos del S.E (Sudestada) y S.O. (Pampero), con ráfagas que oscilan entre los 50 a 60 km/h.

La evapotranspiración real media es de unos 780 mm anuales. Durante el verano y debido a las elevadas temperaturas, la evapotranspiración es muy alta y hay un ligero déficit hídrico en diciembre, enero y febrero. (Fuente: Municipalidad de San Nicolás)

### **Relieve:**

El sector continental integra parte de la denominada Pampa Ondulada, que es una llanura formada por sedimentos de origen continental. La barranca es el rasgo morfológico más destacado en la región y es una exposición sedimentaria debida a una falla tectónica que marca el límite de la Llanura pampeana o Pampa Ondulada. El sector ubicado entre la barranca y el arroyo Yaguarón posee un relieve llano, con lagunas redondeadas y sin conexiones importantes con el río. El sector insular tiene una morfología totalmente distinta y el origen del mismo es eminentemente fluvial. Gran parte de esta estructura geomorfológica corresponde a una llanura de bancos: con arenales, bañados y pantanos. (Fuente: Municipalidad de San Nicolás)

### **MEDIOS DE ACCESO:**

#### **Vía Terrestre:**

Sus accesos viales son el km 231 de la ruta nacional 9 (autopista Rosario - Buenos Aires) en dirección norte-sur. La misma sirve de conexión con la ciudad de Pergamino donde se empalma con la ruta nacional 8, con alcance al sur de Córdoba, San Luis, Mendoza y Chile. En el puerto de la ciudad nace la Ruta Nacional N°188, finalizando en la ciudad de General Alvear provincia de Mendoza. En su recorrido de 803 kilómetros vincula tres provincias argentinas además de Buenos Aires: La Pampa, San Luis y Mendoza.

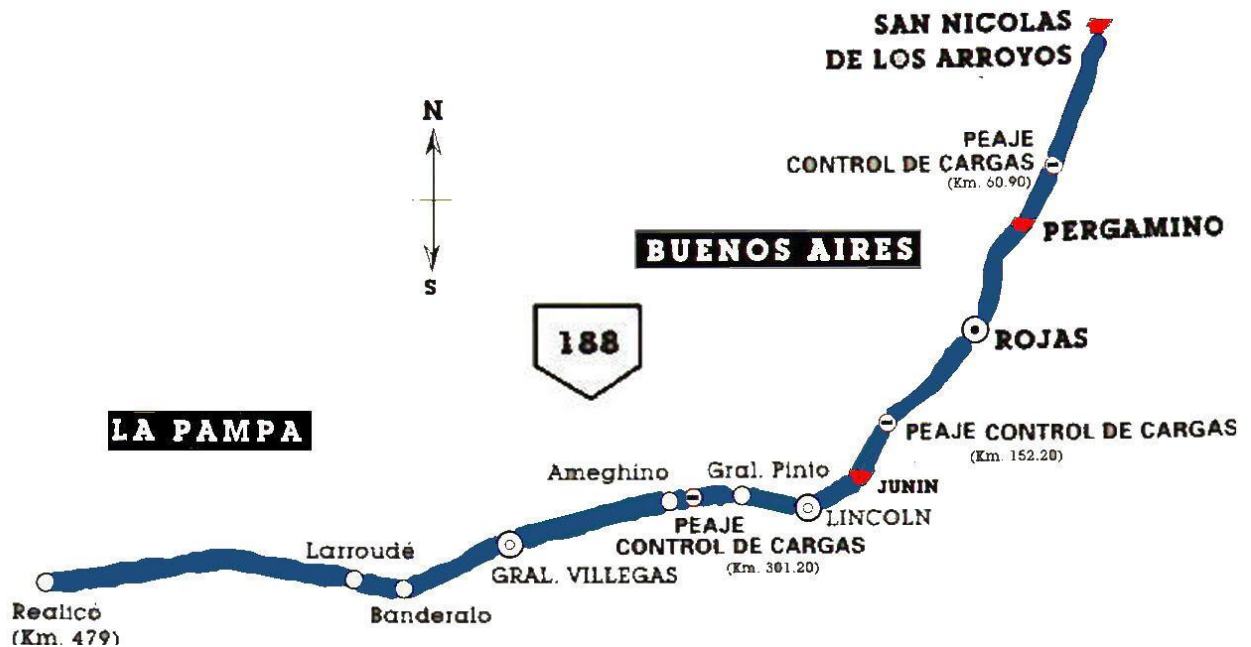
Otra forma de acceder a la ciudad es por medio del ferrocarril General Mitre, operado por la empresa Ferrocarril S.A, en el tramo Buenos Aires – San Miguel de Tucumán, partiendo de Retiro con frecuencias los días lunes y viernes partiendo a las 08:30 am.



**Corredor Ruta Nacional N° 9** (Fuente: Wikipedia)



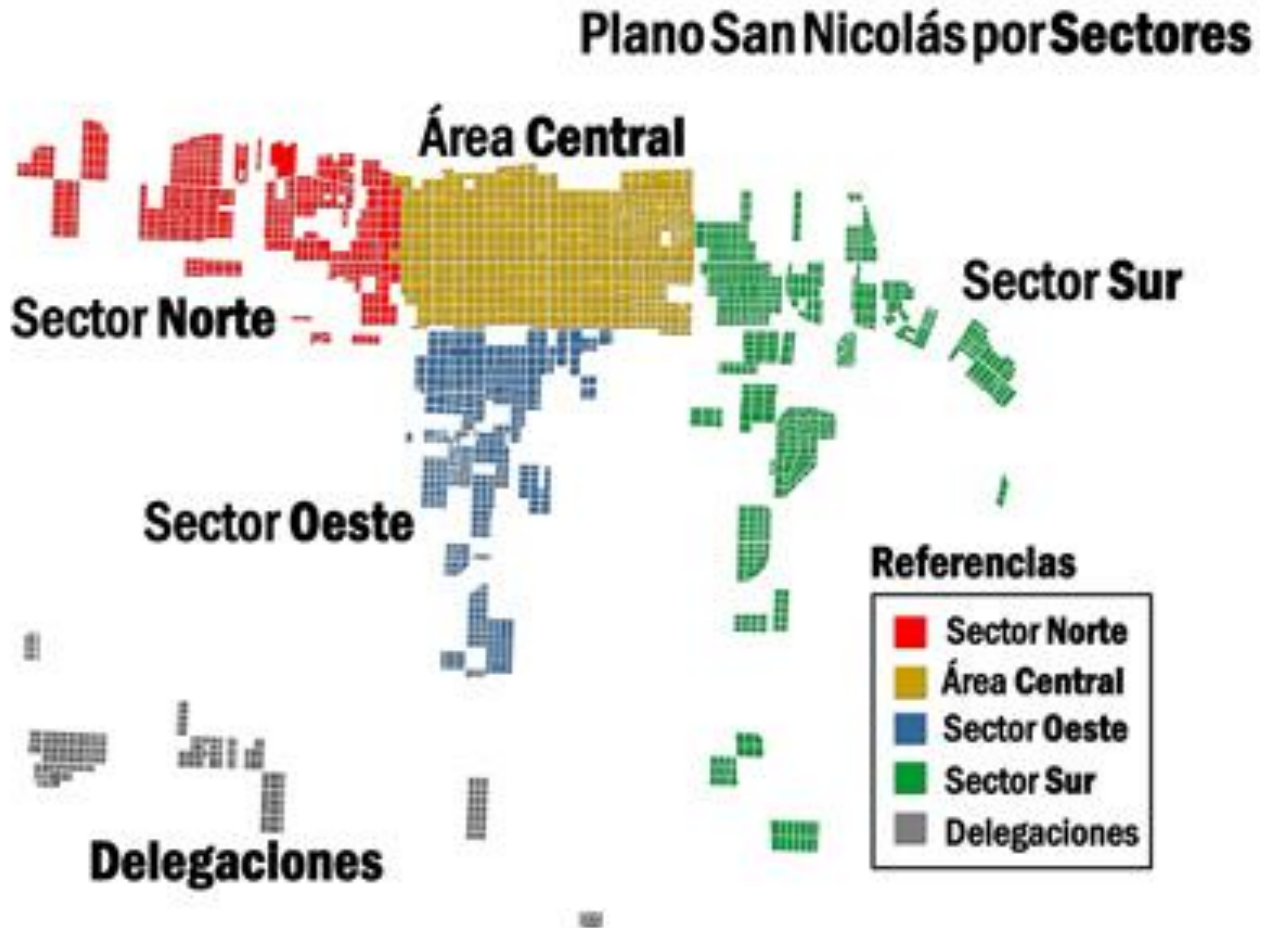
**Corredor Ruta Nacional N° 188** (Fuente: [www.e-asfalto.com.ar](http://www.e-asfalto.com.ar))



**Vía Fluvial:** San Nicolás se encuentra ubicada en la hidrovía, contando con uno de los puertos más importantes del país, con 32 pies de calado y ubicado en el kilómetro 343 del Río Paraná, a 152 millas del puerto de Buenos Aires y a 34 millas del puerto de Rosario.

**Vía Aérea:** la ciudad cuenta con un aeródromo desde 1976, balizada para uso nocturno, que posee una longitud de 1.100 metros, hangares para aviones, combustibles, asesoramiento telefónico con una central meteorológica automática, escuela de vuelo y servicios de traslado.

**PLANO SECTORIAL:**



**PLANO DEL LUGAR:**



**Historia:**

El gobernador del Río de la Plata, Hernando Arias de Saavedra dispone fundar una población en el paraje de Las Dos Hermanas. El 1 de septiembre, el Cabildo de Buenos Aires firma el acta donde aprueba el proyecto. El pueblo fue conocido por el nombre de Las Hermanas. En el año 1637 el Gobernador del Río de la Plata, Pedro Esteban Dávila otorgó ciertas tierras al capitán Juan de Vergara. Estas tierras abarcaban los “Tres Arroyos” conocidos posteriormente como “Las Hermanas”, “Ramallo” y “Del Medio”, además del Río Arrecifes. El 18 de octubre de 1720 en la aldea de Santa Fe de la Vera Cruz, se escritura una venta de estas tierras a Francisco Miguel de Ugarte, que en el futuro conformarían la ciudad y el partido. Seis años más tarde ya existía una población estable,

ubicada en el paraje Las Hermanas, administrada por Ugarte en su carácter de comisionado del gobernador Bruno Mauricio de Zabala. En el año 1744 se realizó un censo demográfico por orden del gobernador proveniente de Buenos Aires, dando resultado a 948 habitantes. Tres años después, Juana Paulina de Ugarte heredó las tierras y contrajo matrimonio con el comerciante Rafael de Aguiar, el cual fundó la ciudad de San Nicolás de los Arroyos el 14 de Abril de 1748. Le asignó el nombre del santo del cual era devoto, San Nicolás de Bari y por la situación geográfica de la misma.

EL 31 de diciembre de 1778 el Virrey Don Pedro de Cevallos, crea el Partido de San Nicolás de los Arroyos, dándole una extensión de 70 leguas cuadradas. Poco tiempo después, el territorio del virreinato era dividido en Intendencias, sistema de gobierno adoptado con la finalidad de lograr un mejor control administrativo del mismo. Las funciones del Intendente comprendían hacienda, justicia, policía y guerra.

Años después, el pueblo constituido fue declarado ciudad por el Congreso General Constituyente, el 23 de Noviembre de 1819, y en 1821, como hecho histórico se consagra a San Nicolás de Bari como patrono de la aldea, 65 años después de la muerte de Aguiar. En la faz económica se destaca, en la época, la habilitación del puerto comercial, en 1823, y posteriormente, en 1852, cumplimentándose por otro decreto del año siguiente, se lo declara puerto mayor de tránsito, con depósito habilitado para el comercio exterior.

El 31 de mayo del año 1852 se da uno de los hechos históricos más importantes de San Nicolás. El General Justo José de Urquiza, luego de derrotar a Juan Manuel de Rosas, reunió a los gobernadores de las provincias para realizar un acuerdo con el fin de redactar la Constitución Nacional. El lugar elegido fue una vieja casona pampeana que fue adquirida por el juez de paz don Pedro Alurralde el 24 de marzo de 1849. Allí se firmó el acuerdo, en el cual su finalidad era asegurar a la comunidad nacional, sin distinción de razas, credos o ideologías, mediante la existencia y el funcionamiento de un estado fundado en la soberanía del pueblo, los beneficios de la libertad, el orden y la justicia, sin más fuerza que el imperio de la ley, condiciones básicas e insustituibles para efectivizar la elevación espiritual y el bienestar material de cada habitante y consolidar el progreso social y la grandeza moral del pueblo argentino. Estos amplios fundamentos de dignidad humana tuvieron su dimensión realizadora en la Constitución Nacional, la más alta y fecunda consecuencia del Acuerdo de San Nicolás. Un año después se sancionó la Constitución Nacional, exactamente el 1° de Mayo de 1853 integrando a los diputados de todas las provincias, excepto Buenos Aires.

El 12 de marzo de 1854, de acuerdo con las disposiciones de la nueva ley orgánica, se constituye la municipalidad, integrada por una comisión municipal que presidió el juez de paz don Teodoro Fernández, integrándose con seis miembros más. Tras otras resoluciones, tales como la designación de ocho alcaldes para la ciudad, el 29 de mayo se aprobó el

proyecto de la primera nomenclatura de las calles. En 1857 aparece el primer periódico, que es a la vez el primero de la campaña del Estado de Buenos Aires, titulado La Revista Comercial, y en 1872 el primer diario, también primero de la campaña, que se tituló El Progreso. La ciudad de San Nicolás es, así, cuna del periodismo en la provincia.

En 1882, un gran acontecimiento fue el paso inicial de un aspecto importante de la economía argentina y lo constituyó la fundación del frigorífico La Elisa, el primero de la Argentina y de Sudamérica, del que fue propietario fundador el industrial Eugenio Terrassón. De origen francés, se había radicado en San Nicolás dedicándose a la industria saladeril y a la explotación agraria, de alto nivel. Desde ese frigorífico se efectuó el primer envío de carnes congeladas a Europa. El 3 de febrero de 1884 se habilita la línea ferroviaria a Pergamino dando un importante impulso a la zona rural, con el funcionamiento de las estaciones Conesa y General Rojo que posibilitaron un mejor y más rápido medio de transporte, facilitando, a la vez, las comunicaciones. Hubo grandes festejos con ese motivo. Dos años después, el 12 de febrero de 1886, quedaba inaugurada la línea Buenos Aires - Rosario, al habilitarse este último tramo de la misma.

En 1884, además, tuvo lugar la inauguración del nuevo templo parroquial, hoy catedral, cuyas obras se habían iniciado a finales de 1885. El Partido contaba ya con más de 24.000 habitantes. Se instala una sucursal del Banco de la Nación Argentina y se instala la fábrica textil La Emilia.

El siglo XX la ciudad combinaba las actividades agrícolas-ganaderas con una rudimentaria actividad proto-industrial, algunas industrias textiles y los saladeros sobre todo, y con un imaginario espacial que consolidó en su momento a San Nicolás, “La Ciudad del Acuerdo”.

Al entrar en el siglo la ciudad cuenta con dos importantes órganos periodísticos: “El Norte de Buenos Aires”, y “El Noticiero”. En 1905 se inaugura el actual Palacio Municipal, y al año siguiente la casa de justicia (Tribunales); dos años después, el 10 de agosto de 1908, queda inaugurado el teatro Municipal, destacando la arquitectura de la ciudad.

Pero los cambios más significativos se produjeron a mediados del siglo XX cuando en el marco de un proyecto de expansión de la industria nacional se instaló, en las afueras de la ciudad en 1947, por la ley 12.987 del gobierno de Juan Domingo Perón, la planta industrial de SOMISA (Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina). Este emprendimiento provocó grandes transformaciones sociales, económicas, espaciales y culturales, dando como resultado un determinado proyecto de ciudad industrial moderna vinculada a un modelo de sociedad que se identificó mucho como la “comunidad del acero”. Diez años más tarde se inauguró la central termoeléctrica San Nicolás para abastecer el denso cordón industrial que iba creciendo paulatinamente a partir de nuevos establecimientos que iban conformando un

área cada vez más dinámica, extendiéndose hasta cercanías de la ciudad de Rosario. Paralelo a la llegada de los nuevos actores sociales, es decir la inmigración característica de esa época, se produjo un incremento notable de la urbanización. Surgieron nuevos barrios, como es el caso del barrio SOMISA, construido por y para los empleados de la fábrica, casas de inquilinato, hoteles familiares y asentamientos informales como Villa Pulmón.

Entre los años 1950 y 1960 a pesar de haber conflictos de por medio, la ciudad consolidó su perfil industrial, ocultando el mote anterior de ciudad del acuerdo, sustituyéndolo como la “Ciudad del Acero”.

La década del 1990 fueron claves en cuanto a cambios socio-territoriales que experimentó la ciudad. El 4 de Julio de 1991 en el marco de la política neoliberal de reducción del gasto público, fortaleciendo las leyes de mercado, el presidente Carlos Menem privatizó la planta, con el consecuente despido masivo y más de ocho mil retiros voluntarios. Luego de esta reestructuración se produjo un aumento de índices de desocupación en San Nicolás. Muchos de los excluidos invirtieron sus indemnizaciones en trabajos como kioscos y pequeños comercios. Este suceso generó una crisis económica, social y emocional de la población nicoleña, hasta la aparición del fenómeno religioso como ingreso económico.

### **Aparición de la Virgen**

Se cree que el 25 de septiembre de 1983, Gladys Herminia Quiroga de Motta se hallaba en su habitación rezando el rosario cuando de pronto vio cómo la Virgen le extendía la mano y le entregaba su rosario. Esta mujer que no había tenido nunca manifestaciones de este tipo, comenzó una serie de experiencias espirituales en las que veía y recibía mensajes de María. Todo comenzó el día anterior en el que ella y vecinos vieron cómo se iluminaba el rosario que tenía en su habitación. Fue ese día que comenzó a rezarlo, entendiendo que era una señal. Aún cuando ella estaba segura que era una aparición de la Virgen decidió callarse y no comentar nada a nadie, por temor a que la juzguen con un comportamiento de locura.

El 5 de octubre de ese mismo año, vuelve a suceder una nueva aparición en la habitación de Gladys pero esa vez, esta mujer se animó a preguntarle que quería de ella. Entonces aparece una luminosidad que muestra en el centro la imagen de un templo enorme. Allí comprende que la Virgen le señalaba su deseo a través de una aparición.

Poco después Gladys Quiroga de Motta, decide comentarle al padre Carlos Pérez lo que le estaba sucediendo, ya que necesitaba expresar sus visiones a alguien confiable. Este sacerdote le recomendó guardar silencio, mientras se iniciaron una serie de acciones por parte de la Iglesia, a través del párroco y otras autoridades eclesásticas, que incluyen audiencias de la vidente con el Obispo Diocesano Monseñor Antonio Rosi, las pericias

psiquiátricas y análisis médicos de Gladys, y posteriormente en 1985 se constituye la Comisión que comenzó a analizar la veracidad del milagro de la Virgen, con las correspondientes gestiones ante el Obispado y posteriormente en el Vaticano. El 15 de noviembre de ese mismo año, la Virgen se le aparece a Gladys y le anuncia:

*“Soy la patrona de esta región, haced valer mis derechos”*

Inmediatamente la vidente describe con detalles la imagen aparecida al Presbítero Pérez, descripción que coincidía con una estatua que estaba depositada en el campanario de la Iglesia de San Nicolás desde varias décadas anteriores, imagen que había sido traída de Roma y bendecida por el Papa León XIII para ser entronizada en la Catedral de San Nicolás. Fue depositada allí para su restauración, suceso que nunca había ocurrido hasta su redescubrimiento. La Virgen, nuevamente vuelve a aparecer y le dice a Gladys:

*“Me tienen olvidada pero he surgido. Quiero estar en la ribera del Paraná. Allí viste mi luz, que no flaqueen tus fuerzas. Gloria al Altísimo Padre”.*

La noche del 24 de Noviembre, Gladys se acerca al lugar con un grupo de personas y mientras da a conocer el sitio exacto, se ve caer un rayo de luz muy fuerte, que luego se vuelve a repetir en el mismo lugar un mes y medio después, indicando el sitio donde se debía instalar el templo.

Durante 7 años hubo apariciones de la Virgen en San Nicolás, desde 1983 hasta 1990. Por aquellos tiempos, en varias casas de la zona, se iluminaban los rosarios que tenían las familias colgados en su pared. Según sus testimonios, de pronto los rosarios comenzaban a brillar misteriosamente y saltaban chispas como pequeños relámpagos. Nadie se explicaba este fenómeno que también sucedió en casa de Gladys, pero se cree que fue a ella a quien la Virgen eligió para dar a entender su mensaje. Nunca pudo darse una explicación racional de aquel hecho ya que no lo encontraron, y no se pudo comprobar científicamente.

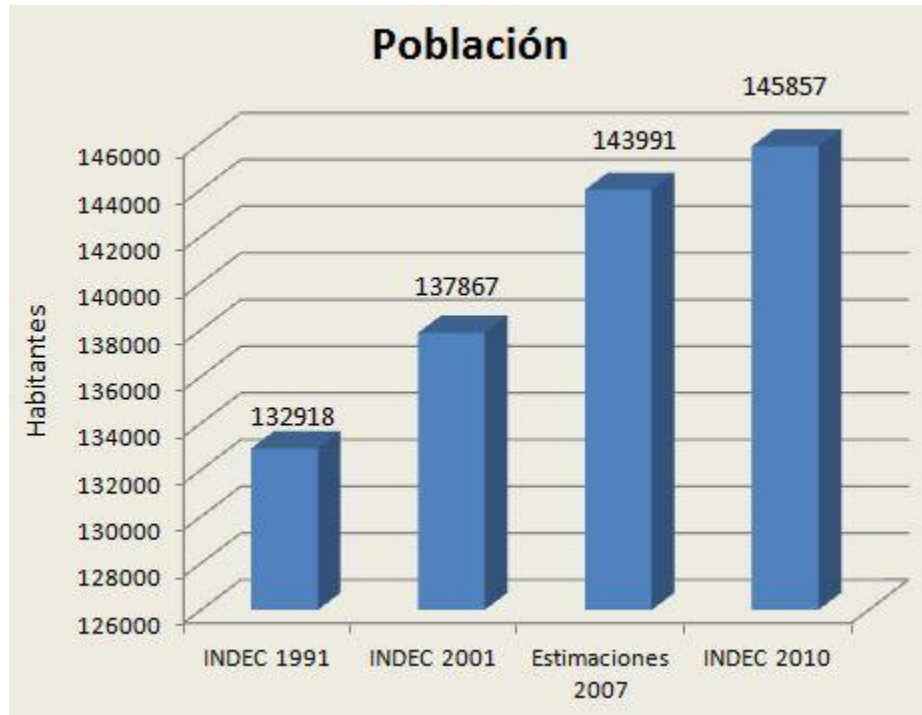
Tiempo después se lleva a cabo una perforación en el mismo lugar donde se iluminó la primera vez cuando la Virgen le señaló a Gladys el lugar donde se construiría el templo, sobre el arbusto señalado. Acudieron un sacerdote, un geólogo y dos arquitectos, lograron hallar el sitio y se excavó allí. A los 47 metros surgió un agua cristalina y al momento se impregnó el lugar de un misterioso olor a rosas. Éste agua milagrosa para muchos y el templo, atrae miles de visitantes y fieles al año.

**Fuente:** Museo Gregorio Santiago Chervo, San Nicolás.



### **Población y demografía:**

**Fuente:** Municipalidad de San Nicolás (Indec, Censo año 2010)



**Población del partido de San Nicolás:** 145.857 habitantes, 7.990 habitantes más que en el censo del 2001.

**Ciudad de San Nicolás:** 133.602 Habitantes (INDEC,2010)

**Varones:** 71.171

**Mujeres:** 74.686

**De 0-14 años:** 23,7%

**De 15-64 años:** 64,8%

**De 65 años y más:** 11,5%

**Edad media:** 34,0 años

**Densidad:** 223,6 habitantes/km<sup>2</sup>

**Total de hogares:** 48.519

**Población extranjera:** 2.153 habitantes

Bolivia: 403 habitantes  
Brasil: 49 habitantes  
Chile: 385 habitantes  
Paraguay: 270 habitantes  
Uruguay: 157 habitantes  
Perú: 33 habitantes  
Resto de América: 165 habitantes  
Alemania: 24 habitantes  
España: 147 habitantes  
Francia: 3 habitantes  
Italia: 428 habitantes  
Resto de Europa: 36 habitantes  
China: 24 habitantes  
Corea: 10 habitantes  
Siria: 2 habitantes  
Taiwán: 3 habitantes  
Resto de Asia: 11 habitantes  
África: 2 habitantes  
Oceanía: 1 habitantes

### **Economía:**

La actividad agropecuaria, junto al Puerto San Nicolás (cosechas, estibaje y almacenamiento) marcan un punto fuerte en la economía local. La ciudad cuenta con un centro comercial extenso en donde se puede adquirir diferentes productos de toda índole. En la peatonal de la ciudad se pueden disfrutar de algunos restaurantes de la ciudad. El río es uno de los atractivos principales, que permite realizar actividades de pesca y además se conformaron balnearios de verano.

El comercio de la ciudad está compuesto en un alto porcentaje de pequeños negocios tales como kioscos, despensas, artículos de limpieza, alimentos elaborados que se multiplicaron luego de la reconversión de la industria siderometalúrgica. ([www.ipusannicolas.gov.ar](http://www.ipusannicolas.gov.ar))

El rubro transporte y comunicaciones representa una de las principales fuentes de ingresos del partido producto del desarrollo industrial regional que reclama servicios de transporte de insumos, productos y movilización y comunicación de personas y por la posición geográfica ventajosa del partido.

**Flora:**

La vegetación de la zona se caracterizan por tener ejemplares como tala, el ombú, el espinillo, la cina-cina, el chañar ,el quebrachillo, el molle y el sauco), entre otros, persistiendo en sectores más restringidos escasos algarrobos. Éstos en su mayoría se encuentran en la reserva protegida Parque Rafael Aguiar, pulmón de la ciudad de San Nicolás. (Fuente: Diario El Norte)

**Fauna:**

La fauna que integra es prácticamente desconocida por los habitantes que hoy viven en la ciudad. Según investigaciones, se revela la existencia de:

- Al menos 185 especies de peces (ej. Raya de río, dorado, surubí, anguila, bagre, entre otros)
- 20 especies de reptiles (ej. Lagartijas, lagarto overo, víbora de cristal, tortugas, etc.)
- 224 aves (ej. Golondrina de cabeza roja, carpintero blanco, cardenal, gaviotas, entre otros)
- 24 mamíferos (ej. Gato montés, comadrejas, hurones, zorrinos, zorro gris, etc.)

(Fuente: Diario El Norte)

## CAPITULO 4: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En el presente trabajo se realizará un diagnóstico del sistema turístico de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, para conocer la situación actual en la que se encuentra, en relación con el fenómeno del turismo religioso que caracteriza a la ciudad. Para ello, se debe analizar profundamente y definir los principales conceptos con los que contará este trabajo, citando a autores calificados en los diversos campos de investigación y conocimiento.

En primera instancia, al destacarse el tema de esta investigación, se debe definir el concepto de **Diagnóstico**. Se toma como referencia la definición del Servicio Nacional de Turismo de Chile (SERNATUR) en el cual *“El análisis estratégico del destino tiene como principal objetivo conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en el territorio. Tradicionalmente se denomina Diagnóstico a esta etapa, por cuanto es la que entrega los antecedentes necesarios para medir el estado de la actividad turística e identificar las condiciones favorables y desfavorables que la afectan”*<sup>17</sup>. Agrega además: *“El diagnóstico debe proporcionar la información que permite conocer la capacidad de desarrollo, las oportunidades y potencialidades, así como los recursos disponibles para ello”*.

Para Sergio Molina, el diagnóstico es *“La descripción, análisis y evaluación cuantitativa y cualitativa de una serie de variables relacionadas con el funcionamiento histórico y presente del sistema turístico, de tal manera que lleguen a conocerse los aspectos estructurales y coyunturales que se oponen y los que facilitan el desarrollo turístico”*.<sup>18</sup>

Por último, Edgar Alfonso Hernández Díaz plantea al diagnóstico como una segunda etapa, siendo la primera una “imagen objetivo-deseada”. Mediante el diagnóstico se podrá *“Describir y analizar la llamada situación existente o situación por transformar”*.<sup>19</sup> Y lo divide en tres secciones interconectadas entre sí:

La primera sección está referida al pasado de corto o mediano plazo, y procura determinar las causas básicas que originaron las características presentes.

La segunda sección se enfoca en el período presente o más reciente de la actividad o elemento de estudio. La amplitud de este período y su cercanía o inclusión al momento en que se practica el diagnóstico dependerá de cada caso y fundamentalmente de la consistencia, uniformidad y frecuencia de la información disponible.

La tercera sección se apoya en las dos anteriores, siendo de gran importancia. Debe estimar la orientación y las formas naturales que adoptaría la actividad en su futuro a corto y mediano plazo.

---

<sup>17</sup> SERNATUR. Orientación para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico en Destinos Turísticos. 2008.

<sup>18</sup> Molina, S. Turismo: Metodología para su planificación. Ed. Trillas. México. 1997

<sup>19</sup> Hernández Díaz, E. Planificación Turística: Un enfoque metodológico. Ed. Trillas. México. 1998

La elaboración de un diagnóstico es el paso previo a la ejecución de un plan para mejorar la situación actual del destino turístico. El diagnóstico forma parte de una situación inicial y proporciona datos acerca de la realidad en la que se va a actuar. Es el punto de partida, por el cual se creará un **plan** que tiene como propósito transformar esa realidad para alcanzar la situación objetivo, es decir el marco de referencia que indica la situación que se desea alcanzar y se deriva de las acciones que se realizan a partir de la ejecución de un plan.

Según Ezequiel Ander Egg **planificar** “*es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos o limitados*”.<sup>20</sup>

Por otra parte, introduciendo y relacionando la acción de planificar con turismo, Sergio Molina establece que la **planificación del turismo** “*es un proceso racional cuyo máximo objetivo consiste en asegurar el crecimiento o el desarrollo turístico. Este proceso implica vincular los aspectos relacionados con la oferta, demanda y todos los subsistemas turísticos*”.<sup>21</sup>

Asegurar el desarrollo o crecimiento turístico de un municipio son conceptos claves que se tienen que tener en cuenta cuando se realiza un diagnóstico y se detectan las falencias de los componentes del sistema turístico y sus interrelaciones. Una vez que se conozca la situación actual de la ciudad de San Nicolás se establecerán propuestas para su mejor desarrollo. Los componentes del sistema turístico a los que se refiere Sergio Molina son: *superestructura, demanda, atractivos, equipamientos e instalaciones, infraestructura y comunidad local*. Estas partes se explicarán y detallarán más adelante, por lo que primero se debe definir y conceptualizar el turismo.

## **TURISMO**

Citando a la O.M.T. (Organización Mundial del Turismo) “*El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros*”.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Ander-Egg, E. Introducción a la planificación estratégica. Ed. Lumen. 2007

<sup>21</sup> Molina, S. Turismo: Metodología para su planificación. Ed. Trillas. México. 1997

<sup>22</sup> OMT. Introducción al Turismo. 1ra ED. Ed EGRAF. Madrid. 1998

Por otra parte, Fernández Fuster en su libro “Introducción a la teoría y técnicas del turismo” define al éste, citando la definición del español José Ignacio de Arrilaga (1955) como *“todo desplazamiento temporal, determinado por las causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos, y las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar”*.<sup>23</sup>

A su vez, Mathieson y Wall definen al turismo como *“El movimiento temporal de la gente, por períodos 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”*.<sup>24</sup>

En la investigación se tomará en cuenta la definición de la OMT, a ser la que más se adapta al trabajo que se quiere realizar, ya que a la ciudad arriban turistas que provenientes de distintas provincias del país, con el motivo de visitar el santuario y realizar otras actividades.

La OMT concretiza las **características** más importantes del turismo y éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, ocio, negocio y otros.
- Acotación temporal del período por un año.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el período de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada fuera de su entorno habitual.

El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente (OMT, 1995). De todas las definiciones anteriormente expuestas cabe destacar la importancia de los elementos que son comunes a todas ellas, como ser:

- Existe un movimiento físico de los turistas.
- El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.

---

<sup>23</sup> Arrilaga, J. En: Fernández Fuster, L. Introducción a la teoría y técnicas del turismo. Ed Alianza. Madrid. 1985

<sup>24</sup> Mathieson, A y Wall, G. En: OMT. Introducción al Turismo: Conceptos y definiciones del Turismo. Ed GRAF. Madrid. 1998

- El turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

La actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución: desde los años cincuenta hasta la década de los ochenta el número de viajes internacionales se duplicó cada diez años y ya en la década de los ochenta el mercado del sector turístico alcanzó un grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por un exceso de oferta (OMT, 1995). En cuanto al turismo nacional, éste se vio favorecido por factores como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro de un país determinado.

Otro dato importante a destacar son los factores que inciden el desarrollo turístico, posibilitando la actividad a su realización, como también siendo obstáculos para su desarrollo. Entre estos factores se encuentran:

- Renta disponible de la población.
- Tiempo de ocio.
- Entorno político.
- Costumbres y creencias religiosas (en caso del presente trabajo, el cristianismo favorece en gran parte a la actividad de turismo religioso en San Nicolás).
- Nivel general de educación.
- Grado de desarrollo y crecimiento económico.

Todos estos factores se encuentran interrelacionados, y pueden favorecer o no a la actividad turística del país, región o localidad.

### **Clasificaciones del turismo:**

Según Miguel Angel Acerenza, existen dos tipos de clasificaciones de turismo: el turismo interno o nacional y el turismo externo o internacional.<sup>25</sup>

*“El turismo interno o turista nacional es toda aquella persona cualquiera sea su nacionalidad, que reside en el país y que se traslada a un lugar situado en ese país, pero distinto de aquel en que tiene su residencia habitual, por una duración de al menos 24*

---

<sup>25</sup> Acerenza, M. Conceptualización y Organización. Ed Trillas. México. 2000



*hs o por una pernoctación y por motivos diferentes del de ejercer un profesión remunerada en el lugar visitado”.*

*El **turismo externo o internacional** se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro distinto de aquel en el cual tiene domicilio habitual”.*

Como se detalla anteriormente con la definición del turismo según la OMT, en el cual explica que para que se dé el fenómeno del turismo es necesario que el usuario permanezca fuera de su residencia habitual por un tiempo superior a 24 horas, queda definida por oposición la **recreación** como todos aquellos usos del tiempo libre por períodos inferiores a 24 horas.<sup>26</sup>

Ésta distinción entre el concepto de turismo y recreación se forma a partir de los lapsos continuos de duración de los períodos de uso del tiempo libre.

Acerenza detalla además, otra clasificación del turismo, en relación a la identificación de las distintas formas que el turismo puede adoptar en la sociedad, en los que se destacan:

**Turismo de masas**: se caracteriza por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros receptores. Tiene su origen en la activa acción comercial llevada a cabo por la industria turística, fundamentalmente la que realizan los mayoristas y tour operadores en los centros emisores. Es el más convencional, pasivo y estacional, con menor exigencia por parte del turista. Esto tendrá como consecuencia un turista con mayor exigencia, alejado de la masificación, y con nuevas y diferentes motivaciones.<sup>27</sup>

**Turismo popular**: es el tipo de turismo que llega a tener gran aceptación por parte de la población. Puede llegar a tener el carácter de masivo, dependiendo de la cantidad de personas que lo realicen y no necesariamente se lo relaciona al estrato social con menos ingreso, ya que los estratos sociales que practican este tipo de turismo pueden variar, debido a su carácter de popular.

**Turismo social**: en este segmento Acerenza identifica a este tipo de turismo que realizan los sectores de menores ingresos de la población, ya sean empleados, obreros, estudiantes, jubilados y en general los sectores económicamente menos favorecidos. En la mayoría de los casos lo organizan y fomentan asociaciones y agrupaciones sindicales como un beneficio a sus afiliados, a fin que éstos puedan disfrutar su período vacacional con un gasto mínimo.

---

<sup>26</sup> Boullón, R. Actividades turísticas y recreacionales. Ed Trillas. México. 1994

<sup>27</sup> Mazon, T. Sociología del Turismo. Ed. Ramón Areces. 2001

**Turismo selectivo:** es practicado por ciertos estratos de la sociedad. En principio este término se empleó para identificar el turismo que realizan los sectores de mayores ingresos de la población, siendo el más rentable en donde se trata de atraer bajo el concepto de calidad, cultura y un medio ambiente cuidado y agradable y sobre todo en un destino diferente del modelo masificado, devaluado para cierto tipo de demanda.<sup>28</sup> Pero en la actualidad el concepto es mucho más amplio, y ha pasado a identificar al turismo que realizan grupos reducidos de personas pertenecientes a distintos estratos sociales, independientemente de sus niveles de ingreso.

Los motivos de la realización de un viaje según la OMT se pueden agrupar en:

1. Tiempo libre, recreo, vacaciones, deportes.
2. Negocios, familia, misión, reuniones, congresos, salud, estudio, religión.

De los distintos motivos que llevan al hombre a realizar un viaje, en donde más adelante se explayará el concepto de motivación, se desprenden diferentes tipos de turismo y su función es satisfacer las necesidades a una demanda en particular. Los principales tipos de turismo que se pueden realizar en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos son:

**Turismo cultural:** es la actividad turística en la que se produce un acercamiento total o parcial de los visitantes hacia el patrimonio cultural, material e inmaterial, a través de la gestión cultural y turística en el territorio visitado.<sup>29</sup>

Según la Secretaría de Turismo de México, el turismo cultural se define como *“Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”*.

A su vez, diferentes autores relacionan la cultura con la historia, tal es el caso de la Organización Mundial del Turismo en donde titula “Turismo Histórico- Cultural” haciendo referencia a que *“ésta modalidad hace hincapié en aquellos recursos histórico-culturales que oferta un determinado destino turístico, es más exigente y menos estacional”*.

Este tipo de turismo realiza estancias cortas con un tiempo de destino entre tres o cuatro días, y los lugares a visitar suelen ser principalmente núcleos receptores históricos.

La ciudad de San Nicolás cuenta con atractivos histórico-culturales en donde la historia ya sea reflejada en museos u otros sitios, dan testimonio a los hechos propios de residentes nicoleños como aquellos que han hecho a la historia colectiva del pueblo argentino.

---

<sup>28</sup> Mazón, T. Sociología del Turismo. Ed. Ramón Areces. 2001

<sup>29</sup> Moreno Delgado, N. Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales. 2008

**Turismo Natural:** por su concepto, suele desarrollarse en un espacio turístico natural, ya sea un medio rural o área protegida. Aunque también puede encontrarse en un área urbana mediante la contemplación de plantas y animales fuera de su entorno habitual. Diferentes autores cuando tratan sobre turismo natural, agregan además el concepto de turismo sustentable, haciendo referencia a la capacidad de satisfacer las necesidades de la demanda sin poner en peligro al medio ambiente, mediante la conservación y buen uso de los recursos renovables o no renovables.

**Turismo Rural:** según la O.M.T. *“La cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local”*. Así, se destaca la importancia de ofrecer al turista una experiencia personal, como si formara parte de la población local, disfrutando el entorno de las zonas rurales.

**Turismo de Congresos y Convenciones:** es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Éste mercado, en su variante grupal incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización y reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes, tal como son los congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo, entre otros.

Esta clasificación del turismo, al igual que el religioso, conforma un tipo de **turismo alternativo**, diferenciándose con el masivo, en donde la demanda turística más exigente, sofisticada y con diversas motivaciones busca otro tipo de actividad a realizar. Generalmente al turismo alternativo se lo relaciona con aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, en los cuales los turistas adoptan una actitud de compromiso de conocer, respetar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Los turistas o excursionistas que visiten la ciudad de San Nicolás, pueden generar una serie de repercusiones tanto positivas como negativas, conocidos como **impactos**. Se entiende como impactos a la variación en la calidad ambiental e implica un juicio de valor, cualitativo y subjetivo, de la importancia del efecto. La OMT distingue tres tipos: impactos económicos, socioculturales y medioambientales.

El impacto más notable de la actividad turística es el **económico**. El turismo repercute tremendamente en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla. Uno de los

aspectos positivos es el gasto turístico y las inversiones extranjeras en países subdesarrollados, en la que el turismo puede aportar divisas necesarias para impulsar un desarrollo económico. También es una fuente generadora de empleo a corto y largo plazo, ya que con los servicios de hospedaje, gastronomía y comercios, sumado a la estacionalidad del destino, se debe contar con un personal justo y necesario. Los impactos negativos del turismo también deben ser considerados y analizados a la hora de explotar turísticamente una región. La demanda turística, al ser extremadamente estacional y sensible a las variaciones de los precios y modas, puede cambiar de destino. Una caída de demanda turística genera disminuciones de oferta, menos ingresos en forma de beneficios y salarios y hasta menor poder adquisitivo de la comunidad local. Además puede generar inflación, debido a que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, que les permite afrontar la subida de precios a los productos y servicios ofrecidos, precios que son aumentados por los proveedores locales para así obtener una mayor rentabilidad. En algunos destinos y principalmente en los países en vías de desarrollo, al crear una economía pura y exclusivamente dependiente del turismo, se verá frenada por éstas cuestiones. En el desarrollo de esta investigación se detallarán los principales impactos económicos causados principalmente por el turismo religioso en la ciudad de San Nicolás.

Los impactos **socioculturales** en un destino son el resultado de las relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya identidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos. Los impactos **sociales**, por un lado, son los cambios provocados en la vida de la gente que reside en los destinos turísticos y se asocia al contacto directo entre residentes y turistas. Los impactos **culturales**, por otra parte, son los cambios provocados en las artes, útiles, costumbres, rituales y arquitectura de la comunidad resultantes del desarrollo turístico que se aplique a una región.

Uno de los aspectos positivos que presentan es que, a partir del turismo, la preservación y rehabilitación de monumentos históricos y edificios se propone como objetivo por parte de los municipios y residentes, como también la reactivación de las costumbres y tradiciones de la comuna. Tal y como lo expresa Almirón y Troncoso, *“el turismo puede activar, revalorizar, optimizar, restaurar, rescatar y rehabilitar el patrimonio” (...)* *“El turismo es propuesto como el asociado necesario para la puesta en valor y aprovechamiento de los elementos patrimoniales de un lugar”*.<sup>30</sup>

Pero por otro lado, el turismo puede provocar una desculturización del destino. Una imagen creada por el municipio sólo para obtener beneficios económicos. Esto puede llevar a la desaparición de la cultura de la población local y a la pérdida o confusión de identidad.

---

<sup>30</sup> Almirón, A y Troncoso C. Valorización Turística del Patrimonio. 2005

Puede generar diferencias entre el visitante y el residente, en la cual éste se encuentra invadido por el gran flujo de turistas. Lo afirma Santana Talavera: *“Los habitantes del área del destino sufren la presión derivada de la cantidad de visitantes y las actividades que éstos realizan”(…)*”Se trata de encuentros transitorios, repetitivos y limitados temporalmente, que para los autóctonos constituyen una experiencia casi rutinaria y tautológica”.<sup>31</sup>

Los impactos **medioambientales** son definidos por María Pampi Zeballos de Sisto como *“un cambio neto, que puede ser positivo o negativo, que se provoca en el ambiente como consecuencia de acciones antrópicas que pueden producir alteraciones y de esta manera afectar la estabilidad de un ecosistema, la salud y el bienestar de las generaciones presentes o futuras, los bienes culturales, la capacidad productiva de los recursos naturales y los procesos ecológicos esenciales”*<sup>32</sup>

La principal preocupación se centra en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados para explotar la actividad turística y obtener un ingreso económico. La contaminación del aire, visual, acústica en una ciudad suelen ser los impactos negativos que se pueden generar por el importante flujo de visitantes. Además en determinados casos las construcciones arquitectónicas no son acordes con el espacio natural-urbano. Los parques o áreas naturales son creados para proteger la flora y fauna autóctona y espacios de gran belleza paisajística, considerando un punto positivo de impacto medioambiental.

Es de suma importancia tener en cuenta este tipo de impacto al momento de desarrollar un proyecto turístico en una región analizando lo bueno y lo malo de lo que causará, es decir sus consecuencias. En los últimos años se generó una preocupación por los problemas medioambientales, conduciendo a la idea de generar sustentabilidad. Alicia Gemelli cita al **desarrollo sustentable** como *“el propósito que se ha impuesto la sociedad moderna para conciliar los intereses del crecimiento económico con mejores condiciones de vida”*.<sup>33</sup>

En el campo del turismo, este concepto hace referencia a ejercer la actividad de una forma distinta, satisfaciendo al mismo tiempo las necesidades de los turistas y regiones receptoras, protegiendo y fomentando oportunidades para el futuro. El objetivo concreto del **turismo sustentable** es permanecer en el tiempo, necesitando para ello mantener su rentabilidad,

---

<sup>31</sup> Santana Talavera, A. Encuentros Turísticos: Efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales. 1994

<sup>32</sup> Pampi Zeballos de Sisto, M. Turismo Sustentable: ¿Es posible en Argentina? Ed. Turísticas. Bs As. 2009

<sup>33</sup> Gemelli, A. Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biósfera y Sitios Ramsar de Argentina. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Bs As. 2008

protegiendo los recursos naturales que lo sostienen y respetando e involucrando a la población, garantizando la viabilidad del desarrollo turístico de una región a largo plazo.

## **TURISMO RELIGIOSO**

Según la SECTUR: (Secretaría de Turismo de la Nación, 2009)

*“Se entiende por turismo religioso como aquella modalidad de viaje que tiene como principal motivación, la espiritualidad, la fe, la devoción, y la creencia, complementadas por el interés de conocer el Patrimonio Religioso.”*

El Turismo Religioso, a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. El tipo de viajes de este sector suele corresponder a estancias cortas, de tres o cuatro días y en general puede considerarse que abarca tanto la visita a santuarios o lugares sagrados como a las peregrinaciones, y además, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas.

El turismo religioso no excluye durante el viaje el conocer otros lugares o monumentos, degustar de la gastronomía de la zona o cualquier otro tipo de diversión, aunque el motivo principal del viaje generalmente se hace desde la fe.

También se destaca que estos viajes pueden ser realizados por personas no creyentes para conocer lugares sagrados, la religión o los ritos, los cuales las motiva a realizarlos simplemente por ampliar sus conocimientos culturales. Entre todos se pueden citar visitas a iglesias, tumbas de santos, lugares sagrados, santuarios, peregrinaciones o celebraciones religiosas. Aunque en definitiva el turista religioso *“busca vivir sobre todo una experiencia religiosa”*.<sup>34</sup>

Hay que destacar ciertas diferencias de conceptos y acontecimientos. Por un lado, se debe diferenciar el turismo religioso con el turismo ecológico-espiritual. Éste tipo de turismo está caracterizado por los viajes de especial significación religiosa pero para el disfrute de sus valores naturales, ya sean caminos, ambientes y paisajes a pesar que haya una gran coincidencia física entre la belleza del lugar y el carácter sagrado del mismo. Por otra parte, también se debe diferenciar al turismo religioso con la asistencia a manifestaciones de religiosidad popular ligadas a festividades o celebraciones religiosas. Éste tipo de eventos suelen atraer a muchos turistas, en la que la población residente es espectadora y

---

<sup>34</sup> Conferencia Episcopal Española. 1998.

protagonista al mismo tiempo, en donde mientras unos están experimentando una vivencia religiosa otros son meros espectadores de la misma.

Desde tiempos remotos, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosos han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social. La religión ha sido siempre un motivo poderoso para que los seres humanos se desplazaran a diversos centros sagrados. Varios ejemplos parten de la Edad Media, con las peregrinaciones a Roma y a Santiago de Compostela.

Según la O.M.T., alrededor del 20% de los turistas que se desplazan en el planeta lo hacen impulsados por una motivación religiosa. Es decir que más de 300 millones de personas se trasladan cada año a visitar monumentos y santuarios. De esos trescientos millones de personas, alrededor de un 60% son cristianos. Entre los santuarios cristianos, un papel importante lo desempeñan los marianos que poseen una gran fuerza de convocatoria, atrayendo alrededor del 80% al culto a la Virgen.<sup>35</sup>

El lugar con mayor concurrencia en el mundo lo encabeza la ciudad de Roma con el Vaticano, recibiendo aproximadamente ocho millones de personas al año, seguida de Lourdes en Francia, con seis millones. En un tercer lugar la Virgen Negra de Jasna Gora en Czestochowa en Polonia que atrae entre cuatro y cinco millones de fieles, Fátima en Portugal con cuatro millones y por último la Virgen de Guadalupe en México, que alberga dos millones de personas al año.<sup>36</sup>

En Argentina si bien no existen cifras oficiales sobre la cantidad de visitantes que llegan a los centros religiosos, los santuarios de veneración a la Virgen María en diversos puntos del país son muy numerosas. En el noroeste se venera a la Virgen del Valle de Catamarca y la Virgen de los Milagros en Salta, en el litoral Nuestra Señora del Itatí, en la región de Cuyo Nuestra Señora del Carmen, en la Patagonia Nuestra Señora de Nahuel Huapi y en la zona pampeana se da la influencia de Nuestra Señora de Luján que además proyecta su supremacía a nivel regional y nacional.

Tomando como referencia los números de visitantes por año en cada destino nombrado anteriormente, se puede afirmar que el turismo religioso resulta ser fiel a los destinos de visita. A diferencia del turismo tradicional, el religioso es recurrente al sitio en un período de tiempo menor, por lo cual representa una oportunidad muy valiosa para el desarrollo de actividades turísticas, comerciales y culturales. Pero también se debe agregar que en algunos destinos religiosos y principalmente en San Nicolás, muchos visitantes se vuelven a sus lugares de procedencia, una vez que sitian a la Virgen, en el mismo día. La mayoría

---

<sup>35</sup> Rodil, A. El fenómeno religioso y la reconfiguración urbana de San Nicolás de los Arroyos. 2005

<sup>36</sup> Flores, F. De la Ciudad del Acuerdo a la Ciudad de María. Universidad de Buenos Aires. 2011

no se queda a pernoctar por diversos motivos. Esto trae una problemática para la ausencia del impacto económico que esta actividad pueda llegar a generar, y se debe plantear en todos los destinos turísticos-religiosos del mundo, ya que el gasto turístico genera más rentabilidad a todo el sistema, principalmente a la comunidad local.

Por medio de diversas páginas web consultadas, se puede hacer una clasificación de distintos tipos de turismo religioso según las creencias y viajes que realizan los turistas. Éstos son:

- Turismo cristiano: es una de las ramas más importantes del turismo religioso por su popularidad. Se refiere a todos los viajes cristianos, turismo y hospedería. En los últimos años ha crecido de forma tal que incluye el emprendimiento individual o en grupos peregrinaciones y los viajes misioneros, también en la religión basada en cruceros, ocio, becas, vacaciones, reuniones, retiros, visitas a monasterios, estancias y campamentos cristianos y visitas a lugares de interés turístico cristiano. Ejemplos claros de esta actividad son los viajes al Vaticano, Santiago de Compostela en España y Lourdes en Francia y en el caso de la investigación, San Nicolás de los Arroyos.
- Turismo evangélico: es una rama del turismo cristiano. Se refiere a viajes que las congregaciones de distintas denominaciones evangélicas organizan como retiros espirituales a lugares en donde se encuentre un ambiente de tranquilidad.
- Turismo islámico: comprende las actividades de visitas a mezquitas en un contexto mundial, y a importantes centros de religión islámica como por ejemplo la peregrinación a La Meca, Arabia Saudita.
- Turismo de religión judía: esta religión es la más antigua de todas las religiones monoteístas. Su práctica se basa en las enseñanzas de la Torá, siendo uno de los tres libros que conforman el Antiguo testamento, al que se le atribuye una inspiración divina. Su centro de peregrinación más conocido es el Muro de los Lamentos en Jerusalén.
- Turismo de religión budista: es una religión no teísta, es decir, no existe un dios, mesías ni profetas. El budismo no afirma la existencia de un creador del universo. Ésta religión proviene de India, aunque el país con mayor fieles en el mundo es China, debido a la magnitud de su población. Su movimiento más famoso es la peregrinación al río Ganges y sus afluentes.



## **SANTUARIO**

En la mayoría de estas religiones, los peregrinos se desplazan a un templo en donde se venera una imagen o reliquia de un santo o personaje importante de la respectiva religión, o bien un sitio en donde tuvo lugar un milagro o hecho particular. Este sitio se conoce como **Santuario**, como por ejemplo para los cristianos lo es el Vaticano, para los musulmanes La Meca y Jerusalén también para judíos, cristianos y musulmanes.

Según un documento de la Santa Sede, un Santuario *“Debe proporcionar abundantemente a los fieles los medios de salvación, predicando con diligencia la palabra de Dios y fomentando con esmero la vida litúrgica principalmente mediante la celebración de la Eucaristía y de la penitencia” (...)* *“Así, los santuarios son como hitos que orientan el caminar de los hijos de Dios sobre la tierra”*.<sup>37</sup>

San Nicolás cuenta con el famoso Santuario en donde se dice que ocurrió el milagro de la aparición de la Virgen del Rosario, y se la venera.

No existen muchas definiciones concretas de turismo religioso por autores o algún otro organismo en particular, según lo buscado en varias fuentes, aunque sí se pueda llegar a interpretar que la religión se relaciona con el turismo en el sentido que las personas se desplazan fuera de su lugar habitual, pretendiendo alcanzar gracias espirituales buscando el contacto con lo sagrado. Tal como lo afirma Juan Pablo II: *“Para los cristianos hay una forma especial de viaje y de turismo que consiste en tomar el camino de las peregrinaciones, de los caminos transitados para ir hacia Dios. Es bello que el pueblo cristiano compruebe físicamente que es nómada en esta tierra, que puede partir, liberarse para buscar (las cosas de arriba)”*.<sup>38</sup>

A partir de esta definición, surgen los conceptos de fe y peregrinación.

## **PEREGRINACIÓN**

Son aquellos recorridos y viajes que realiza una persona desde un punto cualquiera hacia un santuario o templo en honor a la religión que profesa y a los dioses que sigue. El peregrinaje o peregrinación es una muestra más del sacrificio que realiza el creyente en honor a sus dioses ya que por lo general los recorridos a seguir suelen ser largos y presentan dificultades en el camino. De tal modo, el mismo puede volverse un modo de demostrar devoción hacia el Dios del que se trate. En muchos casos, el peregrinaje mismo

---

<sup>37</sup> Documento de la Santa Sede. El Santuario: Memoria, presencia y profecía del Dios vivo. 1990

<sup>38</sup> Martínez Maciel, M. Perspectivas para pensar el Turismo. Conferencia Episcopal Argentina. 2008

es considerado el ejercicio de conexión con la deidad ya que en él el creyente se encuentra a sí mismo reflexionando sobre su Dios.

La peregrinación ha sido a lo largo de los siglos una de las muestras de fe y devoción más popular en diferentes sociedades. Tanto algunas de las sociedades de la Antigüedad como las culturas medievales y muchas otras posteriormente, recurrieron a la peregrinación como una de las formas de expresión popular más importantes al ser la religión el centro de toda la vida. Las peregrinaciones en aquellos tiempos podían incluir el recorrido de caminos muy extensos a pie, caminos que por lo general se extendían entre la naturaleza y concluían con ceremonias religiosas en el lugar donde se ubicaba el santuario o templo. El peregrino encuentra lo sobrenatural en un lugar preciso. El acto de peregrinar se puede realizar por mera profesión de fe o como forma de perdón de un pecado que se haya cometido según cada religión. Incluso puede realizarse como agradecimiento u ofrenda. Además, el concepto comprende la visita a capillas o lugares que alberguen reliquias sagradas.

En latín la palabra peregrinus se refería a las personas que viajaban por países extranjeros o aquellas que no tenían derecho a la ciudadanía. Surgió como una composición de dos vocablos: per-agros. Describía a la persona que camina (pasa) a través del campo, fuera de su lugar de residencia, lejos de casa (peregre = en el extranjero). Recién en el siglo XII fue cuando el vocablo peregrinatio empezó a designar la práctica religiosa de visitar lugares sagrados.<sup>39</sup>

Entre los siglos XII al XIV, las peregrinaciones se habían convertido en un amplio fenómeno practicable y sistematizado, apoyado por una industria creciente de redes de hospedaje para viajeros, mantenidas por religiosos y por manuales de indulgencia, producido en masa. Esas peregrinaciones incluían frecuentemente una mezcla de devociones religiosas, cultura y placer.<sup>40</sup>

El término **turista**, como sujeto que se desplaza por cierta devoción religiosa de forma recurrente, está muy ligado a la imagen del **peregrino**. Es innegable que peregrinación y turismo religioso se hallan estrechamente vinculados, una lleva a la otra aunque entre los dos exista, tal vez una diferencia en su motivo de viaje y/o desplazamiento, que es la **fe**.

Según la Biblia (Hebreos 11:1)

*“Es pues, la fe, la certeza de lo que se espera, la convicción de lo que no se ve.”*

---

<sup>39</sup> Robles Salgado, J. Turismo Religioso: Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. Barcelona. 2001

<sup>40</sup> Urry, J. Consuming places, Sociology, geography, cultural studies. Leisure, urban and regional studies. Londres. 1995.

*“La fe cristiana es una virtud sobrenatural por la que el hombre cree firmemente lo que Dios ha revelado y la Iglesia nos enseña como tal”.*<sup>41</sup>

Existen dos características principales de la fe:

1. Una característica divina, la gracia de Dios, de tal manera que la fe es un don sobrenatural, es una obra de la gracia que actúa en la inteligencia y en la voluntad del hombre.
2. Una característica humana, que consiste en que se trata de un acto consciente y libre; en la respuesta humana hay un acto del entendimiento y de la voluntad libre.

Para sintetizar la relación entre el concepto de turistas y peregrinos, se tomará en cuenta el aporte de Luis Grunewald, que sintetiza en **tres categorías** a los visitantes, sean creyentes o no pero que acceden a los lugares de culto y santuarios.<sup>42</sup>

- a) Los que acceden motivados solamente por una experiencia religiosa y luego de la misma retornan a sus sitios de origen.
- b) Los que motivados por una experiencia religiosa, complementan esta práctica con otras diferentes en las zonas de destino.
- c) Los que acceden a los sitios sagrados atraídos por los componentes culturales relacionados a la religión, como pueden ser obras de arte, arquitectura, ritos, etc.

En el caso de San Nicolás, si bien la mayor parte de los que llegan al Santuario están movilizados por el sentido religioso, y constituyen verdaderos fieles, la ciudad los define y los siente como turistas, al ofrecer actividades secundarias para ellos como comercios, hoteles, entre otros. Esto implica una posibilidad de obtener ciertos beneficios para la comunidad a partir de esta situación, otorgándole a la ciudad un perfil turístico, además de religioso. En el contexto de la ola de desempleo en los años 90 bajo la presidencia de Carlos Menem, y los despidos y cierre de SOMISA como se detalló anteriormente, el impacto económico positivo causado por el turista/peregrino no fue rechazado por los residentes, dadas las circunstancias.

## **VISIÓN DE LA IGLESIA**

Uno de los principales actores involucrados en la explotación del turismo religioso es la **Iglesia**. La institución presenta conformidad y una buena visión acerca del fenómeno

---

<sup>41</sup> Del Carril, F. Introducción a la Teología para universitarios. Bs As. 2010

<sup>42</sup> Grunewald, L. En: Flores, F. De la Ciudad del Acuerdo a la Ciudad de María. Universidad de Buenos Aires. 2011

turístico religioso, ya que además los visitantes que acuden a los destinos siempre son “renovables”, fieles e incluso se superan en número anualmente.

*“La Santa Sede ha reconocido muchas veces el vivo interés del turismo en cuanto al encuentro entre los hombres, el enriquecimiento cultural, el desarrollo de un conocimiento recíproco, que lo convierten en un factor de paz entre pueblos cada vez menos extranjeros, unos de otros. Incluso los insoportables excesos de ciertas formas de viaje, justamente denunciados, no condenan al turismo”.*<sup>43</sup>

Juan XXIII en un discurso a los participantes del III Congreso Internacional del Turismo Social, en Roma en 1962, hace referencia a que el hombre debe gozar de una libertad legítima luego del período de trabajo a lo cual se ve obligado. Ese tiempo libre dedicado al esparcimiento debe favorecer el desarrollo de los valores de la persona y facilitar una verdadera vida social entre los hombres. Si ese tiempo libre se utiliza o se invierte mal, puede ser fuente de problemas, desilusiones y agotamiento, mientras que debería aportar una mayor felicidad y equilibrio al ser humano, para luego retornar con sus actividades habituales. En 1982, en este caso en un discurso de Juan pablo II en Valencia, establece los aspectos positivos del turismo, representando a la Santa Sede, es decir a la Iglesia en su mayor expresión. Estos aspectos pueden enumerarse en:

1. El turismo permite mayor relación entre seres humanos.
2. Ofrece espacios de ocio aprovechables para que el hombre se encuentre consigo mismo, con los demás y con Dios.
3. Favorece el mutuo enriquecimiento humano y cultural.
4. Fomenta el contacto con la naturaleza.
5. Estimula la hospitalidad y la tolerancia.
6. El turismo es fuente de bienestar y progreso material.

Aunque también reconoce las limitaciones acerca de unos temas que se tienen que tener en cuenta. Un peligro para la expansión del fenómeno turístico es que su desarrollo esté motivado por meras preocupaciones económicas, descuidando su aspecto cultural y el debido respeto a la ecología, o por la tendencia a matar el tiempo, en vez de ser una pausa reparadora de las fuerzas psicofísicas gastadas en el trabajo.

El turismo para la Iglesia es, entonces, una “gran ayuda” para que el hombre adquiera experiencias y suprima la insensibilidad y la indiferencia, conduciendo a la simpatía y a la hospitalidad. Trata al fenómeno como una solución por la cual, los seres humanos podemos

---

<sup>43</sup> Juan Pablo II. En: Perspectivas para pensar el Turismo. Conferencia Episcopal Argentina. 2008

encontrar la paz y convivencia humana frente a las relaciones que se llevarán a cabo en diversas acciones, turísticamente hablando. Esto es asistencias, hospedaje, informaciones, entre otras.

Pero también existe una postura “negativista” acerca de la visión de la Iglesia para con el turismo. Según Mathieson y Wall “*La Iglesia ha explotado al turismo en beneficio propio, como fuente de ingresos. Las cajas recolectoras se encuentra en las entradas y salidas de las catedrales y capillas, mientras que libros de recuerdo y las tarjetas postales se colocan allí, frecuentemente para su visita*”.<sup>44</sup>

En el caso de la ciudad de San Nicolás, la Iglesia juega un papel muy importante en el acontecimiento religioso. Cuenta con el elemento clave y motivador, es decir el Santuario, que atrae a muchos turistas que son los que aportarán en gran medida con la dinamización de la economía local.

En el año 1983, durante las visiones de Gladys Quiroga de Motta, es la Iglesia Católica como agente, la que se apropia del fenómeno mariano comenzando a llevar a cabo una serie de acciones que lo introducen de lleno en el juego, intentando sistematizar y formalizar lo que hasta ese momento se desarrollaba a nivel informal, es decir entre la vidente y las pocas vecinas a las que le había comentado los acontecimientos sobrenaturales relacionados con la Virgen.<sup>45</sup>

En la investigación se destacarán los conceptos de peregrinación y fe, porque a partir de estas definiciones anteriormente mencionadas, motivan a la persona a realizar un viaje hacia un lugar determinado en busca de su satisfacción espiritual.

Son conocidas mundialmente las peregrinaciones de los fieles católicos a Santiago de Compostela y al Vaticano, de los judíos a Jerusalén, y la de fieles musulmanes a La Meca.

## **SISTEMA TURÍSTICO**

Un **sistema** es un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan e interactúan en busca de un objetivo en común. Ludwig Von Bertalanffy, formulador de la teoría general de sistemas (TGS) estableció la existencia de dos tipos de sistemas, abiertos y cerrados.

---

<sup>44</sup> Mathieson, A y Wall, G. Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales. Ed. Trillas. México. 1990

<sup>45</sup> Flores, F. De la Ciudad del Acuerdo a la Ciudad de Maria. Universidad de Buenos Aires. 2011

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

Los *sistemas cerrados* son los que no mantienen intercambios con el medio ambiente, y al no cambiar información tienden a desaparecer.

Según Sergio Molina en su libro *Conceptualización del Turismo*, el **sistema turístico** “*es un sistema abierto relacionado con su medio ambiente, con él establece un conjunto de intercambios, es decir, importación de insumos que al ser procesados salen convertidos en productos*”.<sup>46</sup>

Por otra parte, Fabio Cárdenas Tabares en su aporte de *Proyectos Turísticos* define al sistema turístico como “*la relación entre la materia prima (atractivos turísticos); la planta turística (aparato productivo); la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema)*”.<sup>47</sup>

El sistema turístico importa información, la cual es procesada por el sistema para elaborar productos y servicios y éstos son exportados por el mismo sistema, ofreciéndose a la población en general. Cuando ésta hace uso de los servicios procesados, podrá evaluar la calidad de los mismos a través de la retroalimentación, y el sistema mismo será el encargado de introducir cambios o mejorar esos servicios.

Miguel Acerenza plantea que el sistema turístico entra en funcionamiento por medio de su elemento dinámico, es decir el turista. Tal y como lo expresa: “*El turista pone en movimiento todo el sistema, como consecuencia del traslado que realiza desde su región de origen, a través de una ruta de tránsito hasta la región del destino, y con su posterior regreso al punto inicial de partida*”. Agrega además que la necesidad de trasladarse ya exige una disponibilidad de transporte y una vez en el lugar requiere tal vez de alojamiento y servicios de gastronomía. Estos servicios forman parte de la industria turística que tienen como objetivo satisfacer los requerimientos de los turistas en relación al viaje. Éstos viajes son efectuados por decisión del viajero, que como dice Acerenza “*Si el turista no toma la decisión de viaje, el sistema turístico no funciona*”.<sup>48</sup>

---

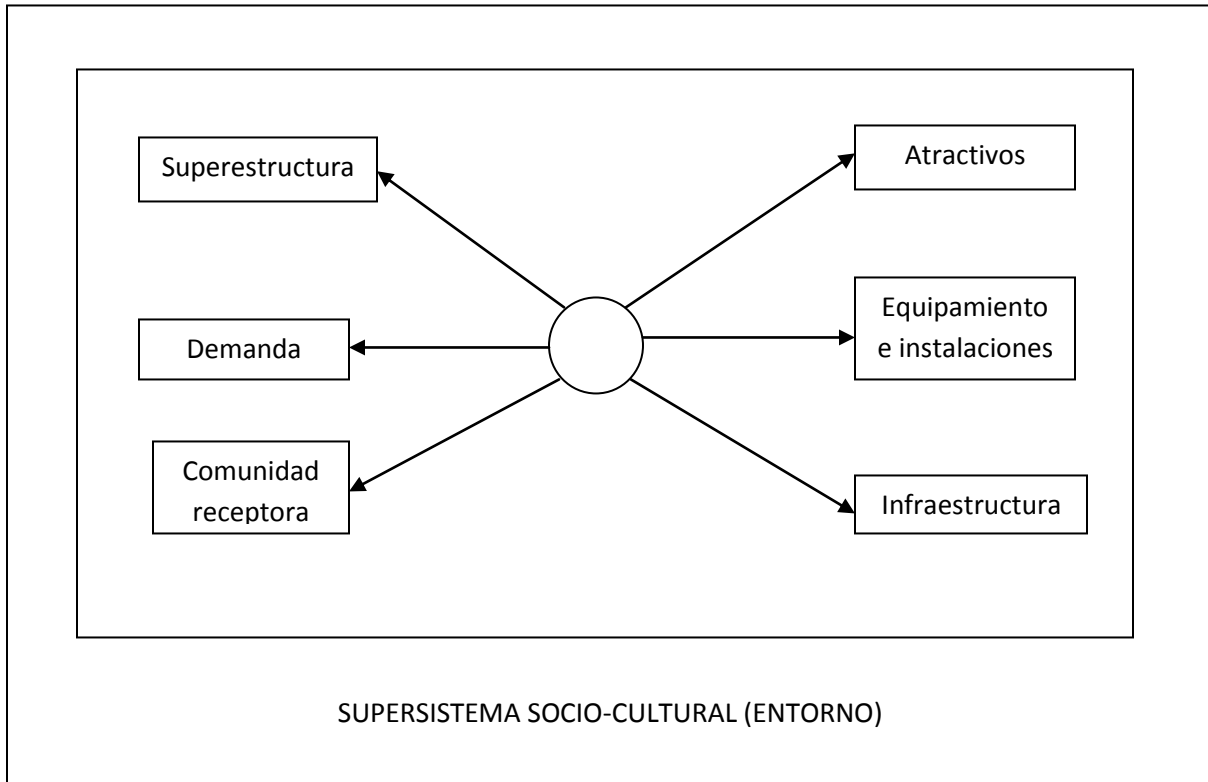
<sup>46</sup> Molina, S. *Conceptualización del Turismo*. Ed. Limusa Noriega. México. 2000

<sup>47</sup> Cárdenas Tabares, F. *Proyectos Turísticos*. Ed. Trillas. México. 2006

<sup>48</sup> Acerenza, M. *Administración del Turismo: Conceptualización y Organización*. Ed Trillas. México. 2000

A continuación se detallará en profundidad la estructura de un sistema turístico y sus componentes.

SISTEMA TURISTICO: Sergio Molina en “Conceptualización del Turismo” (1997)



Según Sergio Molina el sistema turístico está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se interrelacionan e interactúan con el fin de alcanzar un objetivo común, y estos son:

**Superestructura**: tiene la función de regular el sistema, recogiendo intereses, expectativas y objetivos de los subsistemas restantes. Se divide en dos clases: Organizacionales (organismos del sector público y privado, organismos intergubernamentales) y conceptuales (leyes, reglamentos, planes y programas).

**Demanda**: está constituida por los turistas, los individuos en sí, y por sus necesidades físicas y espirituales. Está compuesta por turistas residentes en el país y residentes en el extranjero. La demanda de necesidades físicas se refiere a la satisfacción fisiológica como comer, dormir, y las espirituales al aprendizaje, autorrealización, entre otros.

**Atractivos:** son aquellos que se constituyen en uno de los principales motivadores y orientadores del flujo turístico.

**Equipamiento e instalaciones:** es el conjunto de establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y a las instalaciones que los apoyan. El equipamiento incluye al hospedaje, alimentos y bebidas, esparcimiento y otros servicios. Las instalaciones se dividen en agua y playa, montaña y generales.

**Infraestructura:** es la que presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico. Se divide en interna (redes telefónicas, agua potable, vías de comunicación) y externa (aeropuertos, carreteras).

**Comunidad local:** Está conformada por grupos individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos, Está compuesta por los grupos que están directamente relacionados con el turismo y los grupos que no se encuentran relacionados con la actividad.

Sergio Molina incluye a la comunidad local en el sistema turístico elaborado, a diferencia de Roberto Boullón que establece un sistema más relacionado al mercado y actividad económica.

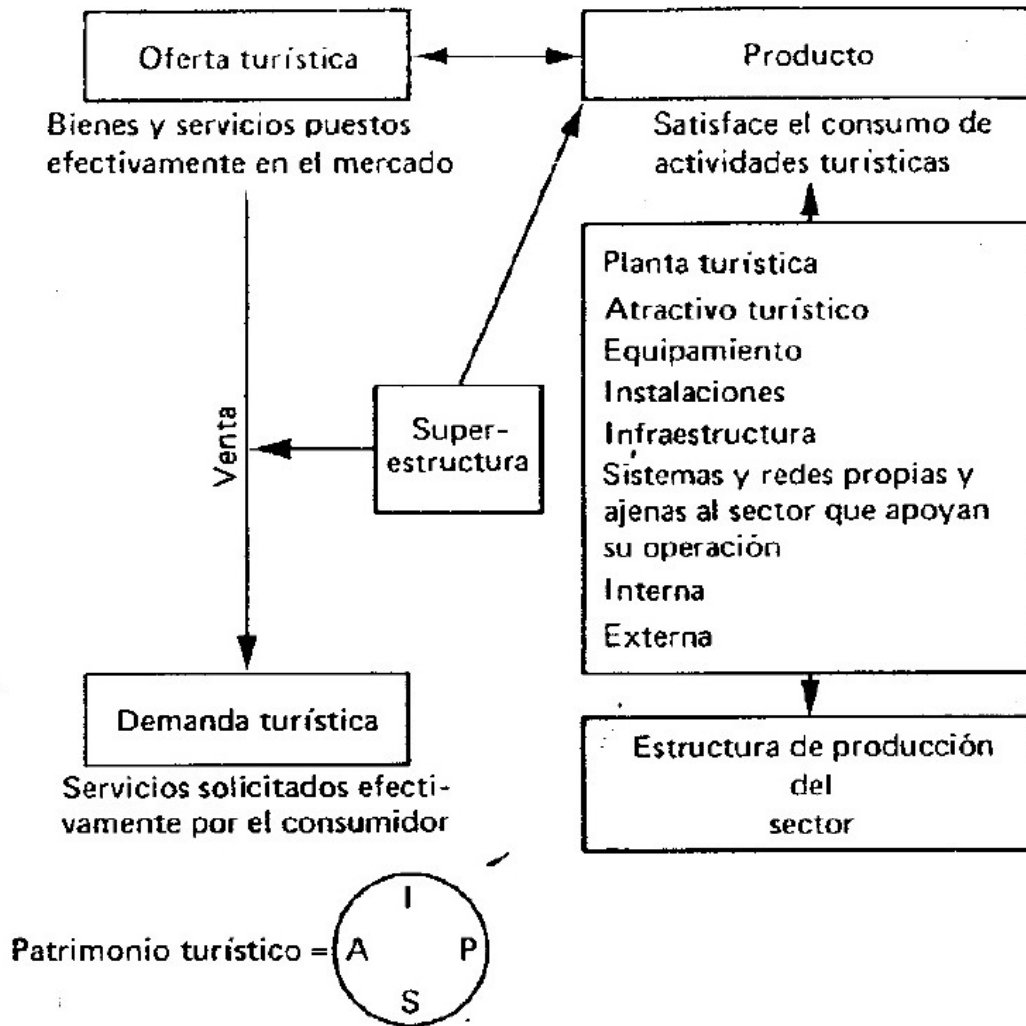
Roberto Boullón por su parte plantea otro tipo de sistema turístico aunque es similar al de Molina. Representa un modelo de sistema de mercado de oferta – demanda y un producto de compra venta. <sup>49</sup>En el siguiente esquema se puede observar claramente:

**SISTEMA TURISTICO:** Roberto Boullón en “Planificación del Espacio Turístico” (1985)

---

<sup>49</sup> Boullón, R. Planificación del Espacio Turístico. Ed Trillas. México. 1984





En la parte izquierda del esquema se puede registrar el punto de partida del funcionamiento del sistema, originado en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico.

Él define a la **oferta** como "...cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período dado" y además agrega "la oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico".

Mientras que la OMT la define como *“un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”*.

Para que un producto turístico se convierta en oferta debe ser conocido por el consumidor y eso se realiza a través del proceso de venta. Boullón explica las definiciones:

**Proceso de venta:** es el encuentro de la oferta con la demanda y se realiza a través del proceso de compra-venta. Implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo. Entonces la interacción de la oferta con la demanda determina el precio de los productos en gran parte.

**Producto turístico:** está formado por los bienes y servicios que forman parte de la oferta. Tiene como propósito satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Toda la oferta turística, su promoción y el proceso de venta del producto, está orientada a la demanda turística. Roberto Boullón define a la **demanda turística** como *“el total de turistas que concurren a una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan”*,

Mientras que Mathieson y Wall (1982) la definen como *“el número de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”*.

Los datos de la demanda no son siempre del todo precisos. Se deben realizar estudios sobre las preferencias motivacionales de los turistas a los que se espera recibir y el nivel de satisfacción de aquellos que ya han pasado por un centro turístico determinado. Sin estos estudios es muy difícil saber qué es lo que debe hacerse o construirse para aumentar la demanda de todos y cada uno de los servicios de los centros turísticos y, por la suma de ellos, de un país o una región.

La OMT clasifica a la demanda en tres grandes grupos:

- **Demanda efectiva o actual:** es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.
- **Demanda no efectiva:** es el sector de la población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquellos que viajarán en el futuro, y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta.

- No demanda: grupo de personas adversa a los viajes, son aquellos que simplemente no desean viajar.

La demanda puede medirse según dos variables:

- Variable cuantitativa: mide cantidades y números. Sirven para establecer estadísticas.
- Variable cualitativa: mide las características físicas y personales del turista.

Es importante analizar las distintas variables para determinar la cantidad y el tipo de turistas que visitan el lugar, en este caso San Nicolás de los Arroyos. El análisis final determina la estacionalidad del destino.

Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística, encontrándose un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. La OMT distingue el concepto de viajero como “*cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual*”, y el del visitante como “*todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo*”.<sup>50</sup>

Roberto Boullón, en su libro “Actividades Turísticas y Recreacionales” (1986) establece que dentro del concepto de visitantes se encuentran:

- Visitantes internacionales: aquellas personas que viajan con fines turísticos a otros países diferentes a los de su residencia habitual.
- Visitantes internos: aquellas personas que se trasladan dentro de su país de residencia.
- Visitantes de día/excursionista: personas que en determinados casos traspasan las fronteras de un país a otro en razón de pocas horas, por asuntos personales, laborales, etcétera.

Por medio de todas estas caracterizaciones, pueden producirse en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, una demanda de turismo interno o externo, conceptos detallados anteriormente en las características y tipos de turismo.

Boullón en su otro libro (Planificación del Espacio Turístico, 1986) realiza otra clasificación de tipos de demanda: demanda real, turista real-consumidor potencial, histórica, futura y potencial. La *demanda real* indica la cantidad de turistas que hay en un

---

<sup>50</sup> OMT. Introducción al Turismo. 1995

lugar y la suma de bienes y servicios que solicitan. El *turista real-consumidor potencial* se refiere a los gastos adicionales que puedan realizar los turistas durante su estadía, mientras que la *demanda histórica* es el registro estadístico de las reales ocurridas en el pasado. Por otra parte la *demanda futura* es el resultado del cálculo que se realiza tomando como base la demanda histórica y el presente, para ver cómo evoluciona su crecimiento. Por último, la *demanda potencial* es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistado, hacia otra plaza de mercado receptor.

Para realizar un estudio completo se deben analizar estos tipos, y sumarlas así se obtiene el total de la demanda de un país o región.

Sancho y Pérez establece que además de factores económicos, la demanda se desplaza fuera de su residencia habitual por otros efectos. Se trata de factores motivacionales, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas, entre otros.<sup>51</sup> Aquí surge el importante concepto de motivación turística.

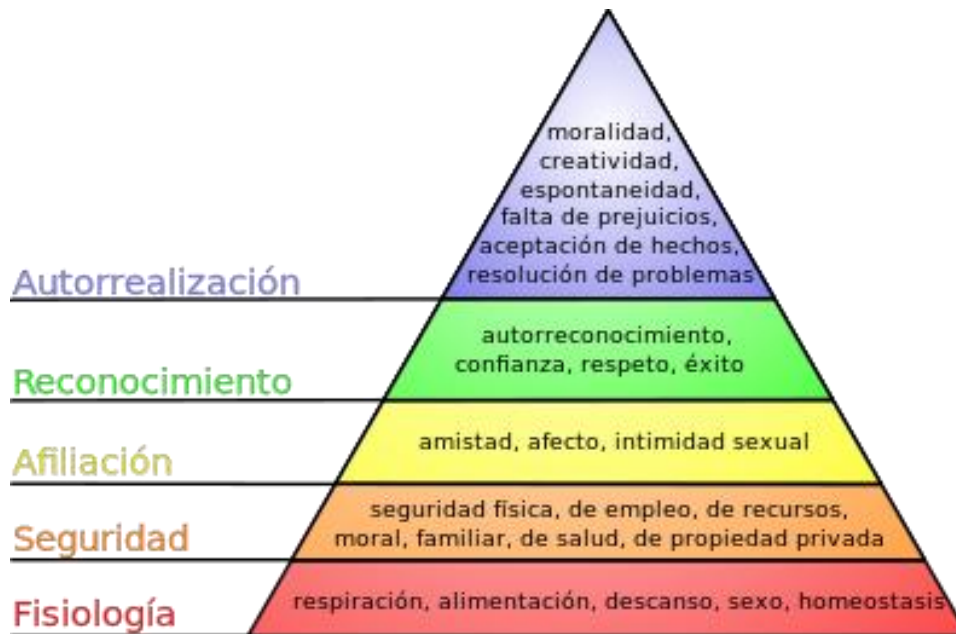
## **MOTIVACIÓN**

La **motivación** son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Es una fuerza interna que inclina la voluntad de las decisiones. Esta fuerza nace de una necesidad, y ésta se genera de una cierta carencia sobre algo, generando una tensión nerviosa y un impulso a saciar esa necesidad.

La Teoría de las Motivaciones de Abraham Maslow (1943) establece que las motivaciones del hombre se basan en necesidades, estén satisfechas o no. Las distintas necesidades las establece en una pirámide, y cada una de ellas debe satisfacerse en un cierto porcentaje para cubrir a las otras.

---

<sup>51</sup> Sancho y Perez, P. Tourism demand in Spain: a panel data analysis. 1995



- Necesidades fisiológicas: aquí se encuentran las necesidades básicas indispensables para el hombre
- Necesidades de seguridad: estas surgen cuando las necesidades fisiológicas se mantienen compensadas. Son las necesidades de sentirse seguro y protegido.
- Necesidades de afiliación: están relacionadas con el desarrollo afectivo del individuo. El ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse, ser parte de una comunidad, de agruparse en familias, con amistades o en organizaciones sociales.
- Necesidades de reconocimiento: son las necesidades de status y logros personales que se obtengan, reconocidos por los demás.
- Necesidades de autorrealización: llevan al individuo a realizar su máximo potencial. Es la necesidad psicológica más elevada del ser humano, y es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida mediante el desarrollo potencial de una actividad. Se llega a ésta cuando todos los niveles anteriores han sido alcanzados y completados.

En la teoría turística, la motivación es entonces la fuerza interna que inclina al sujeto humano a la actividad turística, para alcanzar los valores del turismo. El viaje turístico,

según Marc Boyer (1972) puede ser interpretado como una actividad que recorre tres etapas de pensamiento: la primera hace referencia al viaje imaginado o deseado y en ella se desarrolla la imaginación del motivo. La segunda, corresponde al viaje material, al viaje vivido y real, a través del cual se alcanzan los valores del turismo. La tercera, corresponde al viaje recordado, la remembranza del viaje como una imagen del pasado, por la que el individuo retroalimenta sus motivaciones.

Montaner Montejano establece que las motivaciones del turista se agrupan en seis tipos:<sup>52</sup>

- a) *Motivaciones físicas*: incluyen las relaciones con descanso físico, participación en deportes, recreación en las playas o en el campo, entretenimiento relajante y otras motivaciones relacionadas directamente con la salud.
- b) *Motivaciones culturales*: se identifican con el deseo de conocer otros países con otras culturas, desde el punto de vista histórico, monumental y artístico.
- c) *Motivaciones sociales*: incluyen el deseo de conocer nuevas personas, visitar amigos o familiares.
- d) *Motivaciones de cambio de actividad y lugar geográfico*: referidas a salir de la rutina, del trabajo, y la actividad diaria, además de salir del ámbito geográfico rutinario y desplazarse a nuevos lugares.
- e) *Motivaciones de estatus y de prestigio*: se refieren a las necesidades del ego y al desarrollo personal, como por ejemplo los viajes relacionados con los negocios, convenciones, estudios y educación.
- f) *Motivaciones de diversión y esparcimiento*: son las actividades lúdicas de todo tipo como baile, práctica de un deporte, paseos, etc.

Para Joffre Dumazedier (1954), las motivaciones turísticas y valores del loisir, se establecen en las siguientes teorías:<sup>53</sup>

- *Descanso*: se entiende todo el proceso que tiende a compensar la fatiga, a equilibrar nuevamente las fuerzas y energías del hombre.
- *Diversión*: es el proceso para escapar de la monotonía. Se trata de obtener a través de las actividades de loisir la liberación de todo lo que es tedioso y monótono. La

---

<sup>52</sup> Montaner Montejano, J. Estructura del mercado turístico. 2da ED. Ed Síntesis. Madrid. 1996

<sup>53</sup> Jiménez Guzmán, L. En: Teoría Turística: Un enfoque integral del hecho social. Bogotá. 1986

diversión libera del sentimiento de privación, de frustración, creado por el universo cotidiano.

- Desarrollo personal: es el proceso para huir de la mediocridad. Procura el desarrollo total humano, ampliando los límites del conocimiento, permitiendo una participación social más abierta.

Roberto Boullón establece que la principal causa que induce al hombre a viajar es por obligación. Pertenecen a esta categoría los viajes dentro de un mismo país o al extranjero, que se realizan por razones de salud, negocios, trabajo o para cualquier otro trámite. El resto de los viajes, sí pueden considerarse como netamente turísticos, ya que el hombre viaja sin ninguna obligación, solamente siente la motivación. Se consideran motivaciones psicológicas a las personas que viajan:

- *Por razones culturales o educativas.*
- *Por salud.*
- *Por deseo al cambio.*
- *Para efectuar compras.*
- *Por hedonismo.*
- *Por descanso.*
- *Para practicar deportes.*
- *Para conocer.*

En la investigación, se observará que la demanda turística tiene la motivación de viaje, a causa de la religión u otro tipo de turismo alternativo, lo que su gran crecimiento en masas provoca el desarrollo continuo de la ciudad. La demanda turística, al igual que los otros componentes, fomentan el crecimiento de la actividad turística de un municipio, siendo ésta un componente clave que de ella depende en gran parte el éxito del sistema.

Tomando en cuenta el esquema del sistema turístico de Roberto Boullón, se observa que la suma de determinados elementos forma el **Patrimonio Turístico**, que es con lo que cuenta un destino para afrontar la actividad turística. El patrimonio turístico está conformado por **atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura turística.**

Si se vuelve a hacer hincapié a la definición de oferta turística anteriormente mencionada, citada por Boullón, se llega a la conclusión que los servicios que se venden como producto integran la **planta turística**. Ésta se encuentra integrada por dos elementos: equipamiento e instalaciones.

**Equipamiento**: incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos. Los distintos elementos que integran el equipamiento se ordenan en cuatro categorías:

1. **Alojamiento**: esta categoría Cárdenas Tabares la divide en dos tipos y sus correspondientes subtipos. Hotelero (hoteles, hosterías, moteles, pensiones) y extrahotelero (campings, aparts, albergues, casas de familia, viviendas en alquiler, cabañas, departamentos, tráiler park)
2. **Alimentación**: son los servicios relacionados a la gastronomía del lugar. Aquí se encuentran los restaurantes, cafeterías, kioscos y comedores típicos.
3. **Esparcimiento**: instalaciones deportivas, clubes nocturnos, casinos, cines y teatros, bares y parques temáticos.
4. **Otros servicios**: comprenden a las agencias de viajes, información al turista, comercios turísticos, transportes turísticos, cambios de moneda, estacionamientos, entre otros.

**Instalaciones**: incluye a todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas, permitiendo al turista la satisfacción de ese consumo. Se dividen en tres categorías:

1. **De agua y playa**: marinas, espigones, muelles, carpas, sombrillas, reposeras, entre otras.
2. **De montaña**: circuitos de senderos, refugios, teleféricos, entre otros.
3. **Generales**: piscinas, vestuarios, juegos infantiles, golf, tenis y otros deportes, etc.

Como se explicó anteriormente, el equipamiento y las instalaciones comprenden a la planta turística. Ésta, para poder operar, requiere de una materia prima para poder sustentarse. La materia prima del sistema turístico son los **atractivos turísticos**. Son los principales motivadores del movimiento de un turista fuera de su residencia habitual.

En el sistema turístico expresado por Boullón, y años más tarde por Molina, ambos coinciden que los atractivos turísticos se clasifican de la siguiente manera:



1. Sitios Naturales: aquí se registran los diferentes lugares relacionados al paisaje natural. En esta clasificación se encuentran las montañas, planicies, costas, lagos y lagunas, lugares de observación de flora y fauna, lugares de caza y pesca, parques nacionales, grutas, entre otros.
2. Museos y manifestaciones culturales históricas: aquellos sitios cuyo valor reside únicamente en estar asociados a algún acontecimiento relevante de la historia nacional o local. Se agrupan en museos, obras de arte, lugares históricos y ruinas y sitios arqueológicos.
3. Folklore: manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, música y danzas, artesanías, comidas típicas, arquitectura popular y grupos étnicos.
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas: esta categoría abarca a aquellas que por su característica y singularidad tienen interés turístico y un carácter actual. Pueden ser explotaciones mineras, agropecuarias, industriales, centros científicos, etc.
5. Acontecimientos programados: son todos los eventos programados dentro del municipio, actuales o tradicionales. Pueden ser eventos artísticos, deportivos, concursos, carnavales, fiestas religiosas y profanas, entre otras.

Venancio Bote Gómez determina que ésta clasificación de atractivos es el primer paso para la confección de un inventario turístico, y la segunda acción es la evaluación de los atractivos turísticos. Esta etapa es *“el examen crítico de los atractivos relevantes para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la correspondencia jerarquía”*.<sup>54</sup>

Cárdenas Tabares hace una explicación similar sobre la jerarquización, incluyendo al concepto de calidad. *“Se requiere conocer la calidad de los atractivos turísticos por cuanto que son el motivo de los viajes y la razón del incremento de los visitantes”*. Es decir que la calidad de los atractivos se medirá según su jerarquía. La jerarquización se denominan de mayor a menor, y son las siguientes:

- Jerarquía 5: atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes tanto actual como potencial, cuantificada como un porcentaje del total de la demanda del país o de algún mercado específico.

---

<sup>54</sup> Bote Gómez, V. Planificación Económica del Turismo. Ed Trillas. México. 1997

- *Jerarquía 4*: atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno o externo, pero en menor porcentaje que los de jerarquía 5.
- *Jerarquía 3*: atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas.
- *Jerarquía 2*: atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el turismo receptivo o internacional y que forman parte del patrimonio turístico.
- *Jerarquía 1*: atractivos con méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.
- *Jerarquía 0*: atractivos cuyas cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, que es el umbral mínimo de jerarquización.

Roberto Boullón agrega además en su libro de Actividades Turísticas y Recreacionales una clasificación acerca de las actividades que puede hacer el turista en los atractivos turísticos, teniendo en cuenta la diversidad de éstos, y se dividen en cinco categorías:

1. *Esparcimiento*: paseos en vehículo o pie, cabalgatas, uso de piscinas y excursiones a montañas o bosques y toda la gama de usos generales que hace el turista de un atractivo.
2. *Visitas culturales*: actividades radicadas en museos, monumentos artísticos, iglesias, lugares históricos, obras del pasado, manifestaciones religiosas y creencias populares, etc.
3. *Visitas a sitios naturales*: observación y disfrute de la naturaleza en general, abarcando desde las playas hasta parques nacionales.
4. *Actividades deportivas*: práctica de deportes en general, ya sea gold, remo, natación, pesca, actividades náuticas, etc.
5. *Asistencia a acontecimientos programados*: parques temáticos, espectáculos nocturnos, concursos de todo tipo, asistencia a congresos y convenciones, entre otros.

Otro de los componentes además de los atractivos y la planta turística es la **infraestructura**. Boullón la define como *“la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas”*. La conforman la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. La infraestructura no se construye en función al turista, sino al residente, pero no está ausente en el sistema turístico ya que también es imprescindible. La infraestructura puede ser de dos tipos:

- **Infraestructura externa:** es general y sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a algunos de ellos. Además se emplea para designar a las redes o elementos de un sistema que se extienden por el territorio de los países enlazando entre sí a los centros de producción y conglomerados urbanos.
- **Infraestructura interna:** es la propia del destino turístico, y tiene dos formas. La primera corresponde a la dotación que se da a sí mismo un sector, para operar en una localización precisa. La segunda es la estructura urbana que resume a todas las redes que prestan servicios indistintamente a las diferentes actividades de una ciudad.

Y la infraestructura se divide en cuatro categorías:

1. **Transporte:** terrestre (carreteras, estaciones de servicio, señalización, terminales de autobuses, red ferroviaria), aéreo (servicios aéreos, terminales), y acuático (terminales fluviales, transporte fluvial) entre otros.
2. **Comunicaciones:** postales, teléfono, correo, entre otros.
3. **Sanidad:** red de agua, desagües, recolección de basura y salud (hospitales, primeros auxilios), etc.
4. **Energía:** red eléctrica (alumbrado público y servicios domiciliarios) y combustible.

Tanto los atractivos turísticos como la planta y la infraestructura, tienen presencia física y una ubicación precisa en el territorio, a lo que Boullón denomina **espacio turístico**. Lo define como *“la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos, la planta y la infraestructura turística”*.

Mientras que para Erik Cohen el espacio turístico es *“la zona delimitada dispuesta física y socialmente para recibir visitas turísticas”*.<sup>55</sup>

Boullón realiza una división del espacio turístico y los elementos que lo componen: <sup>56</sup>

- A. Zona turística
- B. Área turística
- C. Centro turístico
- D. Complejo turístico
- E. Unidad turística
- F. Núcleo turístico
- G. Conjunto Turístico
- H. Corredores turísticos
  - Corredor turístico de traslado
  - Corredor turístico de estadía

La ciudad de San Nicolás de los Arroyos es la ciudad cabecera del Partido de San Nicolás, y se la puede catalogar como centro turístico. El centro turístico *“es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficientes para motivar un viaje turístico”*.

Los centros turísticos de acuerdo con su localización geográfica y con los atractivos de base que se encuentran en su territorio y según los tiempos de permanencia de la demanda, adoptan cinco formas de funcionamiento:

- a) *Centro de distribución*: es el que en su propio territorio y dentro de su radio de influencia, contiene atractivos naturales o culturales, cuya cantidad y jerarquía son suficientes como para justificar una permanencia promedio de los turistas que oscila entre dos a cinco noches. Los turistas visitan los atractivos incluidos en su cercanía y regresan al centro para pernoctar.

---

<sup>55</sup> Cohen, E. Principales tendencias en el turismo contemporáneo. Jerusalén. 2005

<sup>56</sup> Boullón. R. Planificación del Espació Turístico. Ed Trillas. México. 1984

- b) *Centro de estadía*: depende de un solo tipo de atractivo principal cuyas características motivan estadías promedio de cinco o más noches. Tal es el caso de los centros turísticos de playa, esquí, pesca, aguas termales, entre otros.
- c) *Centros de escala*: aquellos conglomerados urbanos ubicados en puntos intermedios de los corredores turísticos de traslado, que comunican las plazas de mercado emisor con los centros de estadía, así como los que se escalonan a lo largo de los circuitos turísticos terrestres entre los distintos centros de distribución, o los que se sitúan en el cruce de dos corredores turísticos o en los nudos de transferencia del tránsito aéreo, entre sí o con el transporte terrestre. La estadía oscila entre una noche, un par de horas o minutos. Generalmente la forma de alojamiento que predomina es el motel.
- d) *Centros de excursión*: son aquellos que reciben turistas por períodos inferiores a 24 horas, originados en otros centros turísticos situados a unas dos horas de distancia-tiempo. Operan como atractivos del centro principal y dependen de él. Generalmente carecen de alojamiento y la planta se compone de comercios, restaurantes y lugares de esparcimiento.
- e) *Centros de recreación*: no son estrictamente turísticos. Su demanda proviene de los habitantes de otros centros urbanos situados en sus cercanías y concurren a ellos durante fines de semana o períodos inferiores a 24 horas. La planta turística incluye instalaciones para comidas, diversiones, deportes y uso de ríos, lagos, plazas y espacio natural que tengan atractivos para la población local.<sup>57</sup>

Para finalizar con el modelo del sistema de Boullón, el último componente es la **superestructura**. Para que el sistema turístico funcione adecuadamente, necesita de éste subsistema además de la infraestructura. La superestructura turística *“comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico”*. Muchos problemas causados en el sistema se deben en buena parte a la mala función de la superestructura. Está compuesta por dos distintos tipos de agrupaciones:

- Las dependencias de la administración pública.
- Las organizaciones privadas.

---

<sup>57</sup> Boullón. R. Los municipios turísticos. Ed Limusa. México. 1994

Los organismos públicos responsables de la administración oscilan desde el nivel más alto como un ministerio o secretaría, hasta los más bajos como otro sector del Estado. Mientras que las organizaciones privadas son las asociaciones de hoteleros, restaurantes, bares, agentes de viajes, guías turísticos, entre otros. En casi todos los casos las funciones comprenden la promoción turística del destino, el control de calidad de los servicios, fijación y control de precios, planificación de desarrollo y en determinados casos la construcción de equipamiento e instalaciones turísticas.

### **Observaciones:**

Sergio Molina en su modelo de sistema turístico agrega a la superestructura un subsistema conceptual, que son las leyes, reglamentos, planes y programas a ejecutar por los subsistemas organizacionales, que son los organismos públicos y privados.

Otra clara diferencia que se destaca diferenciando a los dos sistemas, es que en el de Molina, se incluye a la comunidad local, es decir a los residentes de un destino turístico. Como se detalla en su descripción, está conformada por los residentes relacionados con el turismo, como por ejemplo serían los nicoleños que son comerciantes principalmente frente al Santuario, meseros, empleados hoteleros, entre otros, y los residentes que no están relacionados con el turismo. Como opinión personal, la inclusión de la comunidad receptora de Molina es clave para determinar el éxito de un sistema turístico, ya que sin la participación de la misma y la aceptación al fenómeno del turismo, no se podrá desarrollar correctamente la actividad. Y si falla un componente del sistema, comienza a fallar todo el sistema en su conjunto, porque éste funciona de manera correcta si todas las partes se interrelacionan y trabajan en conjunto para desarrollar un crecimiento turístico en una ciudad, como es en este caso San Nicolás.

### **MERCADOTECNIA, IMAGEN y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Es de suma importancia concientizar a la comunidad local acerca de la actividad turística y todo el crecimiento económico que ésta conlleva. Philip Kotler introduce una estrategia para aprovechar las oportunidades con las que cuenta una localidad. *“El desafío de la mercadotecnia de localidades es fortalecer la capacidad de las comunidades y regiones para adaptarse al mercado cambiante, aprovechar las oportunidades y sostener su vitalidad”*.<sup>58</sup> La **mercadotecnia** del lugar tiene éxito cuando los ciudadanos, trabajadores y firmas comerciales derivan satisfacción de su comunicad y cuando los visitantes satisfacen sus expectativas. Una de las cuatro actividades que abarca, es la de promoción de los

---

<sup>58</sup> Kotler, P. *Mercadotecnia de Localidades*. Ed. Diana. 1994

valores e imagen del sitio, para que los consumidores potenciales estén plenamente conscientes sobre las ventajas distintivas de éste.

Según Acerenza, la **imagen** del lugar se describe como una representación mental que se tiene sobre un determinado destino turístico o de los servicios que se brindan en él. Además, Paul Capriotti incluye el concepto de influencia e interpretación de una información: “*La imagen es la representación mental de un estereotipo de un objeto, organización, persona o acontecimiento, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información acerca de aquellos*”.<sup>59</sup>

Es decir que la imagen puede formarse en la mente de una persona como consecuencia de la influencia que reciba por los diversos **medios de comunicación**. Los principales canales de comunicación pueden ser:

1. Conocimiento y experiencia personal obtenida de viajes anteriores.
2. Informaciones y consejos de familiares y amigos.
3. Artículos y reportajes sobre el lugar que aparecen en los medios masivos de comunicación social.
4. Datos llevados a cabo por organismos de viajes.
5. Publicaciones y acciones publicitarias llevadas a cabo por organismos públicos de turismo.

Teniendo en cuenta la quinta clasificación, las acciones publicitarias son determinantes a la hora de captar demanda turística e implementar la imagen del lugar. Aquí se puede incluir el concepto de *marketing*, en el cual Sam Black lo define como “*El proceso de dirección responsable de la identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades de los clientes*”.<sup>60</sup>

Dentro del marketing turístico, la OMT establece que el propósito esencial de la comunicación, es proporcionar información adecuada y para ello se recurre a los siguientes medios:

- **Publicidad:** implica necesariamente la compra de tiempo o espacio en un medio de comunicación. Éstos pueden ser posters utilizándolos como recordatorio, radio, T.V., prensa, publicidad en transportes, entre otros.

---

<sup>59</sup> Capriotti, P. La imagen de la empresa: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España. Ed El Ateneo. Madrid. 1997

<sup>60</sup> Black, S. El ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000. 1996

- *Relaciones públicas*: publicidad especializada, que se realiza por una agencia o persona.
- *Promoción de ventas*: se diferencia de la publicidad en que ésta no puede cerrar una venta por sí misma. Además pretende comunicar información. No existe una compra de espacio o tiempo en ningún medio de comunicación.

Dentro del marketing turístico, la información y comunicación tendrá un papel definitivo, por lo que la imagen mental de un destino o producto turístico que tenga la persona, será determinante para su elección final. Los distribuidores tienen el poder de influir en dicha imagen, distorsionándola o realzándola. Es necesario, entonces, transmitir una imagen favorable que se ofrece a los consumidores.

En el caso de San Nicolás, se evaluará el rol que tiene la superestructura con relación a la promoción del destino o producto específico, la imagen y perfil que se quiere adoptar como municipio, y la imagen y representación mental que tienen los turistas acerca de la ciudad.

### **ANÁLISIS FODA**

El análisis FODA es una herramienta de análisis que puede aplicarse a cualquier situación, individuo, producto, empresa etc., en donde tiene como función determinar las fortalezas y debilidades como análisis interno, y las oportunidades y amenazas como análisis externo. Es una herramienta estratégica para conocer la situación real en la que se encuentra una organización. Para lograr el equilibrio entre la capacidad interna y externa se deberán implementar estrategias.

“*Con el análisis FODA, los gerentes pueden identificar un nicho estratégico para que la organización lo explote*”<sup>61</sup>. Pero como se explica anteriormente, el análisis puede aplicarse a cualquier situación. En este caso será la ciudad de San Nicolás, en cuanto a su actividad turística. Está compuesta por:

*Fortalezas*: son los recursos considerados valiosos y permiten tener una posición privilegiada frente a la competencia. Son capacidades y habilidades que se poseen, o actividades que se desarrollan positivamente.

*Oportunidades*: son aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría.

---

<sup>61</sup> Robbins, S. Administración. 6ta ED. Ed Prentice Hall. México. 2000



Debilidades: son los factores internos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen y actividades que se realizan de forma deficiente.

Amenazas: representan una suma de las fuerzas ambientales no controlables, y pueden ser todos los aspectos negativos y problemas potenciales.

## **TERCERA PARTE**

### CAPITULO 5:

## COMPONENTES DEL SISTEMA TURISTICO

## **DEMANDA TURÍSTICA**

Es de suma importancia obtener información acerca de los visitantes que se acercan a la ciudad, definir la demanda real para así formular estrategias para atraer e incrementar una demanda potencial.

Al tener la entrevista personal con Luciano Pastocchi, ex director del Ente Mixto de Promoción Turística hoy ya disuelto, explicó que además de las tareas que se llevaban a cabo para mejorar el sistema turístico, trataban de contabilizar la demanda mediante estimaciones y conclusiones de las estadísticas hoteleras y gastronómicas. Esos números o resultados no podían ser exactos, ya que como explicó en la entrevista el miembro de la Pastoral de Turismo, Manuel Maciel, es casi imposible y muy difícil saber con exactitud la cantidad de visitantes que ingresan por mes o año a una ciudad, o mismo al Santuario de la Virgen del Rosario.

Durante la gestión del Ente Mixto (2005-2013) se llevaron a cabo esas estadísticas, con la colaboración de los datos de las plazas hoteleras y cubiertos de cada restaurant, y con ayuda también de cada oficina de información turística que registraba cual visitante se acercara a informarse acerca de San Nicolás. Al renunciar Luciano Pastocchi al cargo de director, como consecuencia de la futura disolución del Ente, éste quedó en gran parte parado casi sin actividad. De diez empleados se redujeron a cuatro, y desde ese momento el sector turístico comenzó a formar parte de la Secretaría de Cultura y Turismo de San Nicolás, a cargo de Jorge Petrucci, designado por Ismael Passaglia, intendente de la Ciudad.

Hoy, la encargada del sector turístico en la ciudad es Maricel Abdala, y con los otros tres empleados se encuentran realizando su labor en la única oficina de información turística de la ciudad, ubicada en la terminal de ómnibus de la ciudad, en Av. Morteo 55. Al tener un encuentro casual con ella, comentó que el último registro de visitantes que se tiene, es del año 2012. No se realizó ningún tipo de registro del año 2013, y menos de éste año, 2014.

Durante la entrevista con Luciano Pastocchi, brindó material acerca de los datos de ocupación hotelera y una cantidad de visitantes estimativos desde el año 2006 al 2012, y la procedencia de peregrinos en un estudio que se hizo únicamente en conjunto con los sectores afines del Santuario.

A continuación se exhiben las planillas de cálculos. Fuente: Ex Ente Mixto de Promoción Turística.

2006	% ocup.	% ocup.	ingreso
	x hab.	x plaza	visitantes
Enero	-	-	-
Febrero	-	-	-
Marzo	-	-	-
Abril	78	55	49000
Mayo	85	56	300000
Junio	86	50	110000
Julio	80	65	45000
Agosto	85	60	90000
Septiembre	90	68	900000
Octubre	90	63	100000
Noviembre	60	50	55000
Diciembre	65	45	40000
<b>Total 2006</b>	<b>79,88</b>	<b>56,88</b>	<b>1689000</b>

2007	% ocup.	% ocup.	ingreso
	x hab.	x plaza	visitantes
Enero	58	45	63000
Febrero	70	48	39000
Marzo	75	47	45000
Abril	74	52	68000
Mayo	72	55	330000
Junio	85	56	83000
Julio	85	57	110000
Agosto	92	59	80000
Septiembre	91	60	1200000
Octubre	87	61	110000
Noviembre	80	64	48000
Diciembre	74	59	65000
<b>Total 2007</b>	<b>78,58</b>	<b>55,18</b>	<b>2241000</b>

<b>2008</b>	<b>% ocup.</b>	<b>% ocup.</b>	<b>ingreso</b>
	<b>x hab.</b>	<b>x plaza</b>	<b>visitantes</b>
Enero	79	52	48000
Febrero	85	51	52000
Marzo	90	58	15000
Abril	91	63	10000
Mayo	93	62	100000
Junio	79	59	150000
Julio	82	57	150000
Agosto	89	68	95000
Septiembre	91	65	1550000
Octubre	85	69	40000
Noviembre	69	40	30000
Diciembre	65	42	15000
<b>Total 2008</b>	<b>83,16</b>	<b>57,16</b>	<b>2255000</b>

<b>2009</b>	<b>% ocup.</b>	<b>% ocup.</b>	<b>ingreso</b>
	<b>x hab.</b>	<b>x plaza</b>	<b>visitantes</b>
Enero	67	38	17000
Febrero	56	35	18000
Marzo	32	29	18500
Abril	69	45	12700
Mayo	87	56	700000
Junio	43	30	15000
Julio	65	42	25000
Agosto	80	67	105000
Septiembre	95	70	1200000
Octubre	60	40	14500
Noviembre	62	40	15000
Diciembre	55	37	18000
<b>Total 2009</b>	<b>64,25</b>	<b>44</b>	<b>2158700</b>

<b>2010</b>	<b>% ocup.</b>	<b>% ocup.</b>	<b>ingreso</b>
	<b>x hab.</b>	<b>x plaza</b>	<b>visitantes</b>
Enero	30	22	29000
Febrero	57	35	22000
Marzo	56	38	18600
Abril	75	56	57000
Mayo	70	63	62000
Junio	60	40	75000
Julio	55	37	80000
Agosto	65	45	110000
Septiembre	95	70	1500000
Octubre	90	57	110000
Noviembre	80	55	80000
Diciembre	70	48	42000
<b>Total 2010</b>	<b>66,91</b>	<b>47,16</b>	<b>2185600</b>

<b>2011</b>	<b>% ocup.</b>	<b>% ocup.</b>	<b>ingreso</b>
	<b>x hab.</b>	<b>x plaza</b>	<b>visitantes</b>
Enero	59	42	150000
Febrero	65	55	70000
Marzo	58	39	22000
Abril	70	51	40000
Mayo	70	63	42000
Junio	65	48	85000
Julio	65	45	92000
Agosto	70	68	95000
Septiembre	90	60	1150000
Octubre	80	62	40000
Noviembre	68	40	30000
Diciembre	65	40	15000
<b>Total 2011</b>	<b>68,75</b>	<b>51</b>	<b>1831000</b>

<b>2012</b>	<b>% ocup.</b>	<b>% ocup.</b>	<b>ingreso</b>
	<b>x hab.</b>	<b>x plaza</b>	<b>visitantes</b>
Enero	50	40	90000
Febrero	60	55	70000
Marzo	55	39	35000
Abril	75	51	40000
Mayo	50	63	90000
Junio	80	48	60000
Julio	85	45	90000
Agosto	80	68	95000
Septiembre	90	60	1200000
Octubre	85	62	45000
Noviembre	70	40	32000
Diciembre	60	45	28000
<b>Total 2012</b>	<b>70</b>	<b>52</b>	<b>1875000</b>

Como se expresó anteriormente, no se tiene la estadística actual ni del año 2013 ni del presente año. San Nicolás tiene una capacidad de 2500 plazas y 6200 cubiertos (Ente Mixto Promoción Turística).

Se puede observar en las planillas de datos que claramente el mes con más ingreso de visitantes es en Septiembre. Esta estadística se debe al acontecimiento más importante de la ciudad, el aniversario de la Virgen María del Rosario el día 25 de septiembre, una vez al año. Otro mes que concurren muchos visitantes es en Mayo, ya que a partir del año 2009 cuando se cumplieron 25 años de la aparición de la Virgen, se celebró y se llevó a cabo la coronación de María, frente a miles de personas en una misa en el predio El Campito.

El año 2008 fue el que más se registró visitantes sumando todos los meses, mientras que en 2012, última estadística oficial se registra una baja de casi 300 mil personas. Maricel Abdala explica que tanto este año como el anterior por medio de encuentros en eventos con otros municipios se destaca una baja de turismo interno durante todo el año siendo una baja general, aunque si se habla netamente de lo religioso, es cada vez mayor el número de turistas o peregrinaciones que se realizan al Santuario.

A continuación se detalla un registro oficial del Ente acerca de la procedencia de peregrinos entre el año 2006 y 2008.

<b>Procedencia peregrinos</b>	<b>25/09/2006</b>	<b>29/09/2007</b>	<b>25/09/2008</b>
<b>Buenos Aires</b>	38%	42%	37%
<b>Ciudad de Buenos Aires</b>	16%	18%	16%
<b>Mendoza</b>	9%	14%	18%
<b>Santa Fe</b>	13%	10%	11%
<b>Tucumán</b>	6%	5%	4%
<b>Córdoba</b>	11%	5%	7%
<b>San Juan</b>	1%	2%	2%
<b>Santiago del Estero</b>	2%	3%	3%
<b>Entre Ríos</b>	4%	1%	2%

La elaboración de esta estadística se realizó con la colaboración de sectores internos del Santuario como la Comisión Pro Templo y el Movimiento Mariano.

En el próximo capítulo se analizarán los datos obtenidos de las encuestas en el lugar y las conclusiones que se podrán obtener de las mismas, para así aportar más información acerca de la demanda turística, y elaborar propuestas o estrategias de desarrollo.

## **PLANTA TURÍSTICA**

La planta turística es un subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas. Boullón la divide en dos elementos:

- Equipamiento
- Instalaciones

## **EQUIPAMIENTO**

Incluye a todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos. A su vez está integrado por:

- a) Alojamiento
- b) Alimentación
- c) Esparcimiento



d) Otros servicios

A continuación se detalla el equipamiento que conforma la planta turística de la ciudad de San Nicolás:

a) **Alojamiento**


<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>			
<b>Alojamiento</b>	Hotelero	Hoteles	Hotel Colonial San Nicolás	Av. Savio 2195			
			San Nicolás Plaza Hotel	De la Nación 144			
			Hotel Yaguarón	Mitre 401			
			Hotel San Nicolás	Av. Savio 236			
			Hotel Argentino	Garibaldi 136			
			Hotel San Martín	Garibaldi 140			
			Riberas Hotel	Av. Álvarez y Mitre			
			Hotel Río	San Martín 115			
			Hotel Tony	De la Nación 627			
			Hotel Torino	Av. Savio 279			
			Nuevo Hotel Belgrano	Belgrano 89			
			Hotel Citex	De la Nación 453			
			L'Petit Hotel	Av. Moreno 219			
			Hotel Orione	Belgrano 390			
			Hotel América	Olleros 185			
			Hotel El Salvador	Bogado 419			
			Igüeldo Hotel Boutique	Mitre 321			
					Moteles	Motel Yanquelén	Aramburu 175
						Motel Luxor	Aramburu 233
						Motel Desiree	RP 188 km 5
			Motel El Ciervo	Aramburu 220			
			Motel JB	RP 127 km 241			
			Motel Napoleón	Aramburu 231			
			Motel Acapulco	Belgrano y Obligado			
		Aparts	De los Arroyos Apart	Mitre 385			

	Extra hotelero	Campings	Camping Automóvil Club	Ruta 21 km 242
			Camping Club Belgrano	Aramburu 234
			Camping de Asimra	San Luis 375
			Camping Club Pescadores	Alem 175
			Camping Unión Metalúrgica	Aramburu 218
			Camping Club Ciclista	Gardel 652
			Camping Club Regatas	Ugarte 5
			Camping Luz y Fuerza	Porvenir y Smith

Como se puede observar en la planilla, San Nicolás cuenta con una gran variedad de tipos de alojamiento, adecuados hasta para una demanda de tipo exigente, ya que cuenta con un hotel y dos hoteles de 5 y 4 estrellas respectivamente, hoteles de categoría media, media-baja y campings. El principal problema de esta variable del equipamiento, que se pudo averiguar por medio de una entrevista con Anabella Bolognini, empleada del departamento de reservas del Hotel Río, y por textos bibliográficos y medios de comunicación, es que la ciudad no cuenta con hoteles y plazas disponibles para albergar a más de 400 mil personas en un día en la “Fiesta de la Fe”, los 25 de septiembre. La ciudad cuenta con 2500 plazas, lo que hace imposible cumplir con ese objetivo.

El día del aniversario en el mes de septiembre y el 25 de mayo, día de la coronación, son fechas en donde la ocupación hotelera se encuentra colapsada. A raíz de esto muchos residentes prestan los sanitarios y hasta alojamiento en sus casas particulares a peregrinos provenientes de diversos puntos del país. Hay que tener en cuenta que en esta planilla sólo se encuentran los alojamientos inscriptos en la Cámara de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines.

Inventario de los alojamientos más destacados de la ciudad de San Nicolás:

<b>Nombre del equipamiento:</b> Hotel Colonial	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> Av. Savio 2195
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.hotelcolonialsannicolas.com">www.hotelcolonialsannicolas.com</a>	
	
<b>Características:</b> es el único hotel 5 estrellas de la ciudad y está situado frente al Golf Club San Nicolás y alejado de la zona céntrica. Es uno de los hoteles más elegidos por el turismo de congresos y convenciones. Tiene una superficie de 5,5 hectáreas de parque, 106 habitaciones y suites repartidas entre el casco principal y el edificio de All Suites, salón de	

eventos sociales, facilidad para reuniones empresariales, restaurante, piano bar, estacionamiento cubierto, spa, comodidad para huéspedes discapacitados, sala de juegos para niños y una amplia gama de servicios y actividades recreativas. Todas las habitaciones están equipadas con todas las unidades de última generación necesarias para el huésped.

<b>Nombre del equipamiento:</b> San Nicolás Plaza Hotel	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> De la Nación 144
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.snplazahotel.com">www.snplazahotel.com</a>	
	

**Características:** hotel de 4 estrellas situado en pleno centro, a dos cuadras de la plaza principal. Es competencia directa del Hotel Colonial, ya que los dos hoteles se destacan por alojar a turismo de congresos y convenciones. El San Nicolás Plaza Hotel cuenta con 73 habitaciones totalmente equipadas y su punto fuerte es la ubicación estratégica, cerca de las principales instituciones comerciales y financieras de la ciudad, a dos cuadras de la peatonal y a 700 metros del Santuario de la Virgen del Rosario. Es famoso por sus dos auditorios que pueden albergar a más de 400 personas, y se realizan grandes eventos en el mismo. Además el hotel brinda un gran servicio de spa, con un sauna, gimnasio, sala de



masajes, piscina y solárium, jacuzzis, clases de pilates y gabinetes para tratamientos de belleza y salud.

**Nombre del equipamiento:** Hotel Yaguarón

**Categoría:** Alojamiento

**Tipo:** Hotelero

**Subtipo:** Hotel


**Ubicación:** Mitre 401

**Información comercial:** [www.hotelyaguaron.com](http://www.hotelyaguaron.com)



**Características:** hotel de 4 estrellas ubicado en pleno centro comercial de la ciudad, a 200 metros de Plaza Mitre. Es otro hotel característico por sus dos salas de reuniones que albergan hasta 150 personas. Cuenta con 53 habitaciones totalmente equipadas. Restaurante, room service las 24 horas, internet WIFI, piscina de temporada y solárium, sauna, y cochera cubierta. El hotel es muy demandado en el mercado y es una de las mejores opciones de alojamiento en zona céntrica, a precio accesible.

<b>Nombre del equipamiento:</b> Hotel Riberas	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> Av. Álvarez esq. Mitre
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.riverasannicolas.com.ar">www.riverasannicolas.com.ar</a>	
  	
<b>Características:</b> está ubicado a dos cuadras de la terminal de ómnibus y a ocho cuadras del centro. Cuenta con 29 habitaciones, 11 triples, 10 cuádruples y 7 dobles, con un total de 87 plazas. Están equipadas con baño privado, TV plasma, calefacción y aire acondicionado, internet WIFI y además un snack bar abierto las 24 horas. Tiene además una cochera cubierta.	

<b>Nombre del equipamiento:</b> Nuevo Hotel Belgrano	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> Belgrano 89
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.nuevohotelbelgrano.com.ar">www.nuevohotelbelgrano.com.ar</a>	
	
<b>Características:</b> el hotel de 3 estrellas está ubicado frente a la plaza principal y la Catedral, y a cinco cuadras del Santuario de la Virgen del Rosario. Fue una antigua casona y hoy remodelada es uno de los hoteles famosos por alojar a turistas peregrinos. Sus habitaciones cuentan con baño privado, aire acondicionado, calefacción, TV con cable, secador de pelo e internet WIFI. Además cuenta con servicio de emergencias médicas y un espacio sólo para desayunar.	




<b>Nombre del equipamiento:</b> Hotel Río	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> San Martín 115
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.hotelrio.com.ar">www.hotelrio.com.ar</a>	
  	
<b>Características:</b> hotel moderno de 3 estrellas ubicado a cinco cuadras de la plaza principal. Tiene 29 habitaciones de las cuales 17 son triples y 12 dobles. Fue recientemente renovado y el trato es servicial y familiar. Cuenta con servicios de internet WIFI gratuito, bar cafetería, caja fuerte en recepción, servicio de lavandería, mini bar y estacionamiento dentro del hotel con vigilancia privada.	



<b>Nombre del equipamiento:</b> Hotel San Martín	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> Garibaldi 140
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.hotel-san-martin.com.ar">www.hotel-san-martin.com.ar</a>	
 	
<b>Características:</b> está ubicado a una cuadra del Palacio Municipal. Es un hotel 3 estrellas atendidos por sus propios dueños, y tiene un total de 20 habitaciones. En cuanto a servicios, cuenta con cabinas telefónicas, bar y confitería las 24 horas, servicio de lavandería, emergencias médicas, cochera cubierta, internet WIFI y restaurant con carta de comida internacional.	

<b>Nombre del equipamiento:</b> Igüeldo Hotel Boutique	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Hotel	<b>Ubicación:</b> Mitre 321
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.igueldohotelb.com.ar">www.igueldohotelb.com.ar</a>	
	
<p><b>Características:</b> Es un hotel 3 estrellas superior y se destaca por su originalidad. Está ambientado con una mezcla de estilos entre lo moderno y antiguo. En el lobby se pueden encontrar muebles de los años cincuenta, y obras de arte ultramodernas. Cuenta con 35 habitaciones no fumadores, variando entre singles, dobles y triples con categoría estándar y superior. Sólo 11 están equipadas con horno microondas, heladera mesa y sillas para el disfrute de una comida dentro de la habitación. Ofrece servicios como estacionamiento, calefacción y aire acondicionado, TV por cable, conexión a internet WIFI, cajas de seguridad y servicio de lavandería y depósito de equipaje.</p>	

<b>Nombre del equipamiento:</b> De Los Arroyos Apart Hotel	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Hotelero
<b>Subtipo:</b> Aparts	<b>Ubicación:</b> Mitre 385
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.delosarroyosapart.com.ar">www.delosarroyosapart.com.ar</a>	
	
<b>Características:</b> se encuentra a dos cuadras del Teatro Municipal Rafael de Aguiar y a ocho del centro. Es un Apart Hotel de 4 estrellas, el único de la ciudad y cuenta con 28 apartamentos, todos equipados con cocina individual, set de vajilla, microondas, anafe y heladera. Además los departamentos tienen todo lo necesario para que el huésped pase una estadía acompañada de los accesorios de última generación como tv LCD con cable, cofre de seguridad digital, cerradura electrónica, somniers, y climatización aire acondicionado calor-frío. Hay departamentos de hasta 3 y 4 ambientes y hay uno especial para discapacitados. Es uno de los alojamientos más modernos de la ciudad.	



<b>Nombre del equipamiento:</b> Camping Club de Cazadores y Pescadores Deportistas de San Nicolás	
<b>Categoría:</b> Alojamiento	<b>Tipo:</b> Extra hotelero
<b>Subtipo:</b> Campings	<b>Ubicación:</b> Aramburu km 20 y Arroyo Ramallo
<b>Información comercial:</b> <a href="http://www.campingcazadores.com.ar">www.campingcazadores.com.ar</a>	
	
<b>Características:</b> se encuentra ubicado al límite de San Nicolás y Ramallo, al extremo este de la ciudad. Es el camping más conocido y tradicional. Cuenta con un predio de aproximadamente 16 hectáreas y el ingreso y acceso a sus instalaciones se halla habilitado todo el año. En el camping hay servicio de agua corriente, disponibilidad de sanitarios para acampantes, zonas de lavado de ropa y quinchos con parrillas. Además en el predio se encuentran habilitadas canchas de fútbol, volley, tenis, pileta de natación y sitios de pesca en el arroyo Ramallo.	

**b) Alimentación**

<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
		Mataró	Italia y Garibaldi
		Los Dos Muelles	Costanera y Alberdi
		Al Kimya	Brown 12
		Il Bacino	Av. Savio y Falcón
		El Poeta	B. Mitre 90
		La Posta	Av. Alberdi 81
		La Mira	B. Mitre 96
	Restaurantes	Mandala's	Italia 51
		La Cantina	Garibaldi 135
		Vía Pizza	Sarmiento 74
		Restaurante Avenida	Moreno y Mitre
		Restaurante Costa del Yaguarón	Viale y Costanera
<b>Alimentación</b>		Cantina Club de Regatas	Rosas y Belgrano
		La Chacra	Urquiza y Belgrano
		La Posada de María	Lavalle 188
		Cantina del Acuerdo	Los Ceibos 1950
		La Nueva Caleta	Alberdi 55
		Aires de Campo	De la Nación 700
		El Parador	Perón y Autopista
		Parrila El Milagro	L. De la Torre 120
		Comedor de María	Viale 63
		San Timoteo	Figari 111
		Restaurante Bar Golf Club	Av. Savio y Ruta 1001
		Restobar Club Social	Guardias Nacionales 80
		Restaurante Club del Acuerdo	Pellegrini 476
		Carrito de la Rotonda	Av. Savio y Ruta 188
		Parrilla La Fe	L. De la torre 119
		Restaurante El Trebol	Av. Savio y España
		Restaurante Nicanor	Sarmiento 60
		Hotty's	De la Nación esq Almafuerde
		Chisa Sushi	Juan B. Justo 110
		La Caleta	Guardias Nacionales 1
		Puerto Moon	Perón 2374
		Parrilla Ntra. Sra. De la Merced	Samiento 426

		Haras Gourmet	Av. Moreno 302
--	--	---------------	----------------

		Rocco Restobar	Av. Savio y J.B. Justo
		Confitería Augustus	De la Nación e Italia
		Georgina Pizza Libre	Av. Savio 685
	Confitería y Bares	Bar del Teatro	Nación 350
		Bar Citex	De la Nación 453
		Bar Passport	Mitre 252
		Café Temático El Entenado	Mitre 280
		Bar El Ángel	Sarmiento 186
		Bar Pancho	Almafuerte y Garibaldi

Como se detalla en el cuadro anterior, la ciudad cuenta con una oferta gastronómica muy variada, destacándose restaurantes, pizzerías y parrillas. La capacidad gastronómica es de 3400 cubiertos y sumando a esta cifra los restaurantes de cada hotel alcanza unos 6200 cubiertos aproximadamente.

Una gran parte de los establecimientos gastronómicos se encuentran en el centro de la ciudad, en las inmediaciones de la Plaza Mitre, corazón de San Nicolás. El resto bar La Mira y El Poeta son los más conocidos y frecuentados por turistas y nicoleños, y están situados sobre la única cuadra peatonal de la ciudad, frente a la plaza principal y próximos a la Catedral de San Nicolás de Bari. Su infraestructura es de lo más moderno, con mesas y sillas sobre la peatonal y una ubicación excelente.

El resto de los restaurantes se encuentran dispersados por toda la ciudad, muchos de ellos ubicados sobre la Avenida Savio, otros cerca del paseo costanero como es el caso del conocido restaurante Costa del Yaguarón, o el Comedor de María frente al Santuario que es elegido por muchos peregrinos para almorzar y volver a ingresar a la tarde al Campito.

San Nicolás actualmente no cuenta con un plato típico de la ciudad que lo identifique, pero lo que más se ofrecen en sus restaurantes es una carta amplia de tipos de pescados del Río Paraná.

En cuanto a las confiterías y bares, es de importancia destacar que la Municipalidad declaró hace unos años bajo una Ordenanza que los bares El Ángel, Pancho, Del Teatro, Citex y Augustus adquirirían a partir de la fecha el mote de Bares Notables. Éstos están ubicados

dentro del partido de la ciudad, y tienen como característica el ser los más representativos de la ciudad. Fueron reconocidos por su permanencia en el tiempo, por su diseño arquitectónico conservado, y por haber contribuido a hechos culturales e históricos relevantes de la ciudad.

c) **Esparcimiento**

Categoría	Tipo	Nombre	Dirección
Esparcimiento		Club Regatas San Nicolás	J.M. de Rosas y Belgrano
		Club Motonáutico San Nicolás	J.M. de Rosas y L. Guruciaga
		Club Social y Deportivo La Emilia	Puerto Argentino 146
		Club del Acuerdo	Los Ceibos 1950
	Instalaciones deportivas	Club de Pesca del Club del Acuerdo	En Siderar y A. Ramallo
		Club Social y Deportivo de la Ribera	Ruta 21 y Arroyo del Medio
		San Nicolás Golf Club	Av. Savio y RP 1001
		Club Hípico del Club del Acuerdo	Calle N° 35
		Club Tiro Federal San Nicolás	Av. Illía 759 y RP 21
		CIT Costa Juncal	Illía 881
		Automóvil Club San Nicolás	Illía km 242
		Club El Pinar	B. del Pozo y Gutiérrez
		De la Nación Paddle	De la Nación 726
		La Melchora Paddle	9 de Julio y Alberdi
		Blues	Alem 35
		Máxima Diversión	San Martín 16
		Honky Tonk	Francia y Belgrano
		Liverpool	Urquiza y De la Nación
	Clubes Nocturnos	Vinilo	De la Nación 487
		Red	Guardias Nacionales 190
		Dos 7 nueve	Belgrano 279
		Mr. Johns	Av. Savio 246

		La Habana Club/Malecon	J.M. de Rosas 114
		Quefren	León Guruciaga 54
		Tipsy	De la Nación 380
	Cines y Teatros	Teatro Municipal Rafael de Aguiar	De la Nación y Maipú
		Cine Multiplex	Alvear 28

La categoría esparcimiento se divide en instalaciones deportivas, clubes nocturnos y cines y teatros.

Son varias las opciones con que cuentan los residentes en cuanto a las instalaciones deportivas, destacándose la pesca deportiva, fútbol, tenis, paddle, golf, tiro y equitación. El San Nicolás Golf Club es frecuentado no sólo por residentes sino también por las ciudades próximas a San Nicolás. Está ubicado frente al Hotel Colonial, único de categoría 5 estrellas de la ciudad, y muchos de sus huéspedes lo practican.

El Club de Regatas y el Club del Acuerdo son los más frecuentados. En temporada estival sus piletas de natación y su área de esparcimiento se encuentran repletas. Otras de las actividades que ofrece la ciudad además de las ya conocidas son la práctica de tiro y equitación en el Tiro Federal y el Club Hípico respectivamente.

En cuanto a clubes nocturnos, cuenta con más de diez establecimientos generalmente abiertos de jueves a sábados, lugares de encuentro de jóvenes nicoleños.

El Teatro Municipal Rafael de Aguiar y el Cine Multiplex se encuentran abiertos durante todo el año, obviamente sujetos a estrenos de obras y películas. En el teatro, como se explicó anteriormente se desarrollan además todo tipo de talleres artísticos en su mayor parte gratuitos, y ya de por sí forma parte de los atractivos turísticos de la ciudad.



d) **Otros Servicios**

<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	
<b>Otros servicios</b>		A y L Travel	Francia 105	
		Area Viajes	9 de Julio 98	
		Boomerang Viajes	Av. Savio 534	
		Boston Turismo	Av. Falcón 284	
		Agencias de Viajes	Horli Turismo	Av. Moreno 180
			Marga Maggi Tours	Mitre 115
			Pyrmont Viajes	Maipu 19 bis
			San Nicolás Tour	De la Nación 242
			Sueños Viajes y Turismo	Pellegrini 245
			Tívoli	De la Nación 393
			Vail Travel	Don Bosco 20
		Transporte Local	Empresa Vercelli Hermanos	Almafuerte 19
			Oficina Ente Turístico	Av. Morteo 55
		Información al Turista	Cabaña del Santuario	Sarmiento y Fígari
			Aldo Quintana	
		Guías de Turismo	Aldo Salomone	
			Lucrecia Muroni	
			Julio Charre	
		Johanna	Mitre 274	
		La Buena Suerte	9 de Julio 46	
	Comercios Turísticos	San Jorge	De la Nación 285 local 22	
		San Marcos	Bolivar 96	
		Santería Oficial	En el Predio El Campito	
		La Casa de María	Sarmiento 56	
		Banco Columbia	Mitre 309	
		Banco Credicoop	Mitre 329	
		Banco Francés	Mitre 215	
		Banco Galicia	Mitre 296	

		Banco Macro	Mitre 238
	Bancos	Banco Nación	Belgrano 101
		Banco Patagonia	Mitre 237
		Banco Provincia	Av. Savio 674
		Banco Santader Río	Mitre 289
		Banco Estándar Bank	De la Nación esq Bolívar
	Casas de Cambio	Transatlántica SA	Mitre 169
		Hospital Zonal de Agudos San Felipe	Olleros 28
	Primeros Auxilios	Cruz Roja Argentina	Sarmiento 32
		Centro de Medicina Preventiva	Pellegrini 111

Existen en la ciudad once agencias de viajes situadas en el radio céntrico. Su principal promoción y venta es el turismo emisor. Todas ellas se encuentran inscriptas como agencias de viajes y turismo en la Cámara Nicoleña de Agencias de Viajes y Turismo, sita en la calle Nación y Almafuerte.

El transporte local es empleado por una única empresa de colectivos, que tiene varias líneas y recorren toda la ciudad y el partido de San Nicolás, incluyendo las delegaciones de Campos Salles, General Rojo, Erezcano, Conesa, y La Emilia.

La oficina central de información turística se encuentra en la terminal de ómnibus y es la única que está abierta todos los días de la semana. Mientras que sábados y domingos hay una oficina abierta al público dentro del predio El Campito, al lado del Santuario. Los guías de turismo se pueden contratar de manera personal o bien mediante la oficina turística principal. Los guías con que cuenta la ciudad se encuentran aprobados e inscriptos en la Asociación de Guías de Turismo de San Nicolás, organismo creado bajo una ordenanza de la municipalidad, iniciativa del ex Ente Mixto de Promoción Turística.

En cuanto a comercios turísticos, los más conocidos se encuentran en la calle Sarmiento, frente a la entrada lateral al Santuario. Se los puede catalogar como comercios turísticos pero en su mayoría son maxi kioscos que venden artículos religiosos. Los más conocidos son la Santería Oficial y La Casa de María. En el centro de la ciudad hay más comercios y negocios referidos a todo tipo de venta de recuerdos de San Nicolás, aunque en su mayoría

son artículos religiosos, como rosarios, esculturas, estampas, calendarios, revistas con imágenes de la Virgen María, entre otros.

La mayoría de los bancos se encuentran sobre la calle Mitre, y la ciudad cuenta con una sola casa de cambio oficial, Transatlántica S.A. En cuanto a primeros auxilios se puede destacar el Hospital Zonal de Agudos San Felipe histórico de la ciudad, de carácter público. Cuando se analice el componente de infraestructura, se detallarán más servicios de hospitales, clínicas y sanatorios en la categoría sanidad.

### **INSTALACIONES**

Según Roberto Boullón, las instalaciones son todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. Permiten que el turista satisfaga el consumo de esas actividades. Se dividen en tres categorías:

- De Agua y Playa
- De Montaña
- Generales

San Nicolás no cuenta con la preparación de instalaciones de montaña, ya que la ciudad no tiene un relieve montañoso. Dentro de las otras dos categorías, se pueden encontrar:

<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Cantidad</b>
De agua y playa	Espigones	Nula
	Muelles	2
	Quinchos	4
	Sombrillas	8
	Reposeras	16
Generales	Piscinas	8
	Vestuarios	2
	Juegos Infantiles	7
	Golf	1
	Tenis	23
	Otros deportes (fútbol, paddle)	29

En lo que refiere a las instalaciones de agua y playa, en primer lugar se puede destacar la existencia de dos muelles. El Puerto Nuevo de San Nicolás, ubicado al extremo noreste de la ciudad, y el muelle del Club de Regatas, en la zona próxima al Santuario.

La ciudad cuenta con la cantidad de ocho campings, de los cuales la mitad contienen instalaciones de quinchos techados equipados con parrillas para una gran cantidad de personas.

En cuanto las instalaciones de sombrillas y reposeras, el Club de Regatas es muy frecuentado por los residentes en la temporada primavera verano. Hay que tener en cuenta que es un club privado para socios o se puede ingresar abonando un costo por invitado. A orillas del arroyo Yaguarón se fabricó una playa artificial con la instalación de 8 sombrillas y 16 reposeras, ideal para el verano. El éxito de este club es la falta de inversión en el Balneario Municipal, cerca de la entrada al Parque Aguiar. El Balneario contaba con la fabricación de playa artificial, sombrillas, reposeras y un quincho pero hoy en día se encuentra abandonado en donde sólo se puede encontrar un espejo de agua.

Hay una gran variedad de piscinas de 25 metros de largo en distintos clubes de la ciudad, en la que la mayoría también se destacan por tener instalaciones de canchas de fútbol, paddle y tenis, como también equipados con juegos infantiles.

Lo más destacable es el San Nicolás Golf Club en cuanto a instalaciones generales deportivas. Tiene una extensión de 6368 yardas y hace dos años atrás se inauguró la nueva cancha de 18 hoyos.

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS**

Al realizar el relevamiento en la ciudad, se puede expresar que San Nicolás cuenta con una gran cantidad de atractivos tanto religiosos, culturales, históricos y naturales.

Las fichas que se detallan a continuación, fueron confeccionadas en base al material bibliográfico de Fabio Cárdenas Tabares que en su libro “Proyectos Turísticos, Localización e Inversión” capítulo n° 3 hace una explicación acerca del inventario turístico y su análisis. Además se incluye en la ficha la jerarquización de rango 0 a 5, es decir la evaluación de los atractivos estableciendo su interés turístico.

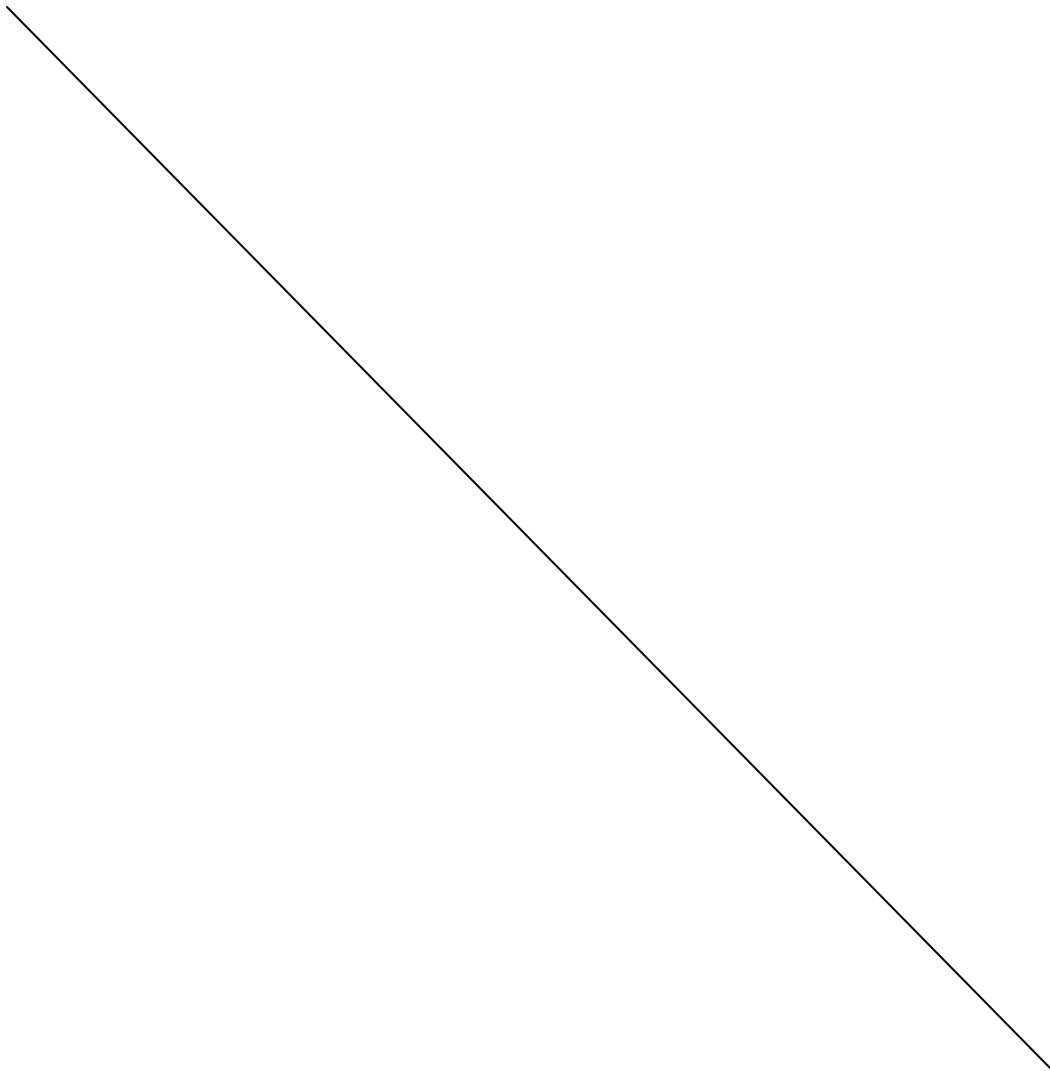
Los atractivos de carácter religioso más importantes están conformados por el famoso Santuario de la Virgen María del Rosario y la Catedral de San Nicolás de Bari.

En cuanto al patrimonio cultural e histórico se encuentran la Casa del Acuerdo, el Museo de la Ciudad Gregorio Santiago Chervo, el Teatro Rafael de Aguiar, entre otros.

El patrimonio natural de la ciudad está ligado al Río Paraná y los tres arroyos que rodean la ciudad, el Yaguarón, Ramallo y del Medio. Además la ciudad tiene la particularidad de contar con una reserva de más de 1300 hectáreas como lo es el Parque Rafael de Aguiar, con muchas actividades que se pueden realizar dentro del mismo, una de las más destacadas es el avistaje de la flora y fauna autóctona.

A continuación se detalla el inventario de los atractivos turísticos de la ciudad:

### ***ATRATIVOS HISTÓRICOS***



### MUSEO Y BIBLIOTECA NACIONAL CASA DEL ACUERDO

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 3, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Lugares históricos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** De la Nación 143, a dos cuadras de Plaza Mitre, plaza principal



**Horarios de visita:** Martes a viernes de 9 a 16 hs. Sábados, domingos y feriados de 9 a 13 hs. Costo de entrada: \$20

**Características:** en el año 1852 el General Justo José de Urquiza, luego de derrotar a Juan Manuel de Rosas reunió a los gobernadores de las provincias para realizar un acuerdo con el fin de redactar la Constitución Nacional. El lugar elegido fue la ciudad de San Nicolás y hoy en día la casa en donde se firmó es un museo. A su lado se encuentra la Biblioteca de la Casa del Acuerdo, que es una de las más importantes del país en temas de historia argentina. Se reunieron los gobernadores de las 14 provincias por aquel entonces, y se

firmó el 31 de Mayo de 1852 el Acuerdo de San Nicolás, que sentó las bases para la creación de la Constitución Argentina.

**Observaciones:** la casa se encuentra en el área central de la Ciudad y tiene las formas sencillas de las construcciones de esa época. Hoy, el museo cuenta con nueve salas de donde se exhiben mobiliarios, documentación histórica de esa época, pinturas y objetos vinculados a la firma del acuerdo. Se han realizado varios documentales televisivos acerca de la importancia de éste edificio como por ejemplo “Algo habrán hecho” protagonizado por el conocido historiador Felipe Pigna.

### CASA MUSEO FELIX BOGADO

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Museos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** Francia 223, a una cuadra del Museo Chervo





**Horarios de visita:** Actualmente se encuentra en refacción preparándose para una nueva apertura.

**Características:** Su denominación se debe a que perteneció al Coronel José Félix Bogado, un soldado heroico y último jefe del Regimiento de Granaderos a Caballo General San Martín. La casa fue sede de la comandancia militar en el año 1829. La construcción es la más antigua de la ciudad y data de 1820

**Observaciones:** En 1989 fue declarada Monumento Histórico Provincial. Hoy en día está restaurándose para ser puesta en valor y visitada por el público. Se realizan visitas con guías a grupos con previa reserva. Félix Bogado falleció en esa misma casa, el 21 de Noviembre de 1829



<b>MUSEO Y ARCHIVO HISTÓRICO MUNICIPAL GREGORIO SANTIAGO CHERVO</b>	
<b>Categoría:</b> Museos y manifestaciones culturales	<b>Jerarquía:</b> 2, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Museos	<b>Subtipo:</b> -
<b>Ubicación:</b> Francia 187, a dos cuadras de Plaza Mitre	
	
	
<b>Horarios de visita:</b> Martes a Sábados de 7 a 13 hs. Domingos y feriados de 10 a 13 hs. Entrada libre y gratuita.	
<b>Características:</b> es denominado como “Museo de la Ciudad”. Fue inaugurado en 1971 y desde entonces reúne documentos relevantes a la historia, cultura, educación, artes, tradición y demás instituciones de la ciudad. Cuenta con un archivo gráfico, diatopía, bibliografía, hemeroteca y fototeca. Aquí se encuentra cada detalle de la historia de San	



Nicolás, desde las pinturas de retratos de cada intendente, hasta el uniforme de guerra que usaron los ex combatientes nicoleños en Malvinas.

**Observaciones:** El museo lleva el nombre de Gregorio Santiago Chervo. Fue el fundador del museo y su apellido es de los más conocidos en la ciudad. Dedicó su vida a las colecciones y a la reconstrucción de la historia de San Nicolás. El edificio fue donado por la Municipalidad y tiene un estilo italiano. Unido a la casona se encuentra lo que fue el Mercado Norte, también donado por la Municipalidad a pedido de Chervo, ya que no contaba con más espacio para el museo. Además de la gran colección que pertenecía a Chervo, el museo recibe todo tipo de donaciones para enriquecerse. Luego de su muerte, es dirigido al día de hoy por su hijo, Santiago Chervo.

### PLAZA MITRE

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Lugares históricos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** se encuentra entre las calles Bartolomé Mitre, Guardias Nacionales, Sarmiento y Belgrano, a nueve cuadras del Santuario de la Virgen del Rosario. Se accede por cualquiera de las mismas ya que se encuentra en el centro de la ciudad.



**Características:** cuando se funda la ciudad, en el año 1748, el sector que hoy ocupa la plaza era un espacio libre frente a la casona del fundador, Rafael de Aguiar. La parcela fue donada por él para ser la plaza principal de la ciudad. En 1854 pasó a denominarse Plaza de la Constitución, dado que allí mismo se juró la Constitución Provincial y desde 1921 lleva el nombre de Bartolomé Mitre. Desde el siglo XIX al día de hoy, es el espacio público más transitado y destacado de la ciudad.

**Observaciones:** la plaza se encuentra en perfecto estado, y se nota su constante mantenimiento ya que la prolijidad y la limpieza se destacan ampliamente. El césped cortado a la perfección y la gran cantidad de árboles y palmeras invitan a pasar un momento. Una de las calles que la rodea es la peatonal Mitre, en la que se encuentran dos restaurantes muy conocidos para los nicoleños, como La Mira y El Poeta y la Catedral de la ciudad, San Nicolás de Bari.

### PALACIO MUNICIPAL

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Lugares históricos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** Rivadavia 51, centro de la ciudad



**Características:** el edificio fue construido en el año 1904 y se inauguró el 10 de diciembre de 1905. Fue construido por la empresa rosarina Perla y Badini y Cía. En el año 1908 se instaló el reloj público en la torre del edificio, elemento que lo destaca hoy en día. Actualmente se encuentran las oficinas administrativas municipales y la oficina principal del intendente Ismael Passaglia. Cuenta con un jardín japonés en su interior.

**Observaciones:** el palacio es una de las construcciones más distintivas de la ciudad y es realmente imponente, al destacarse también en una esquina. De noche se encuentra iluminado en su exterior.

### MONUMENTO AL PRIMER COMBATE NAVAL ARGENTINO

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Lugares históricos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** extremo ribereño de la calle Pellegrini, en un balcón que da al Río Paraná



**Características:** el monumento conmemora el bautismo de fuego de la Armada Argentina, el 2 de Marzo de 1811. En ese momento, la flota naval era dirigida por el Teniente Coronel Azopardo, y se enfrentó en San Nicolás con las fuerzas realistas españolas, superior en naves y capacidad de fuego. La victoria de la batalla fue española, pero sirvió para reflejar coraje y patriotismo, en la que luego la armada saldría victoriosa. El monumento fue inaugurado en marzo de 1947 y al año siguiente fueron depositados en su cripta las



cenizas de Juan Bautista Azopardo.

**Observaciones:** el monumento se encuentra en buen estado y al final de la calle Pellegrini, rodeado de casas normales. Se encuentra emplazadas varias plaquetas de la Armada Argentina, y lo curioso es que no se puede acceder al mismo, ya que unos metros atrás hay un vallado que lo impide.

### MUSEO DE CIENCIAS NATURALES REVERENDO PADRE SCASSO

**Categoría:** Museos y manifestaciones culturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Museos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** Don Bosco 580, al este de la ciudad y en las afueras del centro



**Horarios de visita:** Lunes a Jueves de 8:30 a 12:30 hs. Entrada libre y gratuita

**Características:** Se encuentra dentro del Colegio Don Bosco, primer colegio salesiano de América. Fue inaugurado el 7 de Diciembre de 1941, por iniciativa del sacerdote salesiano Antonio Scasso. El museo se ocupa de aspectos relacionados con el conocimiento, la difusión y la valoración del patrimonio natural regional. Se destaca una colección de moluscos de todo el mundo (alrededor de 15.000 piezas), y una colección de peces neotropicales, integrada fundamentalmente por especies del bajo Paraná. Sólo un 20% de toda la colección está dispuesta en el salón de exposiciones, accesible al público debido al tamaño del salón

**Observaciones:** además de tareas de exposición y educación, el museo lleva adelante tareas de investigación realizados por un equipo de profesionales. A raíz de estos trabajos, el museo está incluido en el SIAN (Sistema de Información Ambiental Nacional) y el equipo de profesionales forman parte del Directorio de Profesionales en Ecología Acuática. Además, el museo fue declarado de Interés Provincial, Educativo y Cultural por la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires. Se realizan visitas guiadas.

**ATRATIVOS CULTURALES**

<b>TEATRO RAFAEL DE AGUIAR</b>	
<b>Categoría:</b> Museos y manifestaciones culturales	<b>Jerarquía:</b> 2, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Lugares históricos	<b>Subtipo:</b> -
<b>Ubicación:</b> Maipú 29, esquina De la Nación	
	
<p><b>Características:</b> fue inaugurado el 10 de Agosto de 1908. Ocupa 1375 metros cuadrados y tiene una capacidad para 1250 personas. Aquí se realizan las mayores exposiciones de arte de la ciudad. Cuenta con detalles arquitectónicos como una obra pintada en la cúpula por el artista italiano Rafael Barone, escalinatas del hall confeccionadas con mármol, y un telón con la misma tela usada para el Teatro Colón. Todo el mobiliario fue importado de Austria, al igual que la araña circular con que cuenta.</p>	
<p><b>Observaciones:</b> es uno de los edificios más representativos e históricos de la ciudad, ya que su nombre hace referencia al nombre del fundador de la ciudad, Rafael de Aguiar. En su primer piso, actualmente se encuentran las oficinas de Cultura de la Municipalidad. Es considerado como “el pequeño Colón” por su arquitectura y estilo semejante al teatro más importante del país y a nivel mundial. Se realizan talleres de teatro infantil, para adolescentes y adultos, escuela de ballet y danza y literatura</p>	

<b>MUSEO INTERNACIONAL DE CERAMICA CONTEMPORÁNEA (MICC)</b>	
<b>Categoría:</b> Museos y manifestaciones culturales	<b>Jerarquía:</b> 1, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Obras de arte y técnica	<b>Subtipo:</b> Artes decorativas
<b>Ubicación:</b> Asociación Cultural Rumbo: 9 de Julio 80, a tres cuadas de Plaza Mitre	
  	
<b>Horarios de visita:</b> Lunes a Viernes de 9 a 19 hs. Entrada libre y gratuita	
<b>Características:</b> El museo alberga mosaicos y esculturas de todo el mundo, en donde la Municipalidad de San Nicolás y la Asociación Cultural Rumbo organizan concursos y competencias para todos los expositores de arte. Actualmente cuenta con más de 1350 obras de 54 países. Se fundó en el año 2003.	
<b>Observaciones:</b> gran parte de los colegios de la ciudad organizan visitas al museo para los alumnos. Dentro del programa de actividades se fueron desarrollando charlas y conferencias de sumo interés general y específicamente cerámico. Desde sus inicios se realizan las Bienales Internacionales de Cerámica Contemporánea, de las cuales ya se realizaron cinco en los años 2003, 2005, 2007, 2010 y 2013.	



CASA BARCO IRUPÉ	
<b>Categoría:</b> Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	<b>Jerarquía:</b> 1, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Obras de arte y técnica	<b>Subtipo:</b> Arquitectura
<b>Ubicación:</b> José Ingenieros esquina Juan Manuel de Rosas, a 25 metros del Santuario de la Virgen María del Rosario	
	
<b>Características:</b> es una casa con forma de barco, propiedad del famoso poeta nicoleño Oscar Felipe Cafiero. Fue construida en el año 1964. Cafiero trabajó muchos años en la Prefectura Naval y su amor por el Río Paraná se refleja en la arquitectura original y distintiva de esta casa-barco. El poeta vivió allí con su familia durante casi cuarenta años, hasta el año 2003 en el que fallece	
<b>Observaciones:</b> se encuentra en el medio de las casas humildes del barrio próximo al Santuario, Villa Pulmón. Actualmente no se visita, ya que es una vivienda normal perteneciente a la esposa e hijos del escritor Cafiero.	

### MURAL DE ALEJANDRINA CAPPADORO

<b>Categoría:</b> Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	<b>Jerarquía:</b> 1, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Obras de arte y técnica	<b>Subtipo:</b> Realizaciones urbanas
<b>Ubicación:</b> en una pared exterior de la Catedral sobre la calle Guardias Nacionales, frente a la Plaza Mitre	



**Características:** es una de las obras artísticas más grandes de la ciudad. Fue inaugurado en el año 2004 y se realizó con el motivo de los 250 años de San Nicolás. Está realizado con cerámica y hierro. La autora ceramista trabajó en conjunto con especialistas y técnicos para lograr el proyecto artístico plástico. Este mural es clásico por ser telón de novias después de la ceremonia religiosa en la Catedral, y es muy observado por los turistas.

**Observaciones:** Alejandrina Cappadoro es una ceramista argentina nacida en San Nicolás reconocida en el mercado internacional. Estudió en la Escuela Superior de Bellas Artes Ernesto de la Cárcova. Actualmente el mural se encuentra en estado de restauración por parte de la Municipalidad, y se proyectó una especie de espacio y descanso para que el público pueda sentarse a contemplar el mural, aunque todavía no esté terminado.



**ATRACTIVOS NATURALES**

<b>PARQUE FORESTAL Y BOTÁNICO RAFAEL DE AGUIAR</b>	
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Jerarquía:</b> 3, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Lagos, lagunas y esteros	<b>Subtipo:</b> Lugares de observación de flora y fauna
<b>Ubicación:</b> se sitúa en el extremo noroeste de la ribera nicoleña, bordeando el arroyo Yaguarón	
	
<p><b>Características:</b> su nombre se debe al fundador de la ciudad. Es un área municipal de 1500 hectáreas de puro verde donde pueden encontrarse ambientes como las barrancas, los bañados y las islas. Lo más característico es su abundante vegetación, y es el espacio ideal que ofrece la ciudad para hacer deportes como caminatas, running y bicitour. Su objetivo principal es la protección y conservación de la flora y fauna del lugar.</p>	
<p><b>Observaciones:</b> muchos turistas se trasladan a la ciudad para practicar ecoturismo en el parque. Safaris fotográficos, avistaje de aves y paseos en lancha. Pero lo más destacado es la actividad de pesca deportiva que se realiza, de surubíes y patís. Las excursiones de</p>	

pesca deportiva embarcada y paseos en lancha se contratan en el lugar, y los guías de pesca están todos habilitados por la Prefectura Naval Argentina.

### PASEO COSTANERO

**Categoría:** Sitios Naturales

**Jerarquía:** 1, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Caminos pintorescos

**Subtipo:** -

**Ubicación:** se extiende desde el Balneario Municipal hasta la Avenida Alberdi



**Características:** paseo ribereño que costea el río Paraná más precisamente el arroyo Yaguarón. Durante la caminata, se puede observar el Santuario de la Virgen del Rosario, a lo alto de la barranca. Además durante todo el recorrido se encuentran la Rotonda de Pescadores, dos plazoletas y en una de ellas un Monumento al Veterano de Guerra y Caídos en Malvinas, con nombres y apellidos de los nicoleños que participaron en el combate.

**Observaciones:** el paseo es diariamente utilizado por residentes, y algunos turistas que descansan luego de recorrer la ciudad. El área es apta para pasar un momento observando el río. En su recorrido hay una zona de juegos infantiles y gimnasio, colocados



recientemente por la Municipalidad.

### ***ATRATIVOS RELIGIOSOS***

<b>IGLESIA CATEDRAL SAN NICOLAS DE BARI</b>	
<b>Categoría:</b> Museos y manifestaciones culturales	<b>Jerarquía:</b> 1, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Lugares históricos	<b>Subtipo:</b> -
<b>Ubicación:</b> Mitre esquina Guardias Nacionales, frente a la plaza principal	
	
<p><b>Características:</b> es la Catedral de San Nicolás, que quedó relegada en segundo lugar de importancia cuando surgió el fenómeno de la Virgen del Rosario y el Santuario. Nació como una capilla bajo la advocación de San Nicolás de Bari. El nombre de la ciudad se le debe a este santo, que era venerado por el fundador, Rafael de Aguiar. San Nicolás de Bari fue un obispo que vivió en el siglo IV, y existen más de dos mil templos dedicados a él en todo el mundo. Con los años el edificio fue modificándose, sufrió un incendio pero finalmente en el año 1884 se inauguró como se ve hoy, con un estilo italiano.</p>	
<p><b>Observaciones:</b> Se encuentra en muy buen estado y se resalta su pintura blanca. En su campanario es donde se encontró la escultura de la Virgen María del Rosario, una de las</p>	

visiones que tuvo Gladys Quiroga de Motta, que posteriormente restaurada sería trasladada al Santuario en donde hoy se encuentra. San Nicolás de Bari se venera cada 6 de diciembre con una procesión náutica en el Paraná.

### SANTUARIO VIRGEN MARÍA DEL ROSARIO

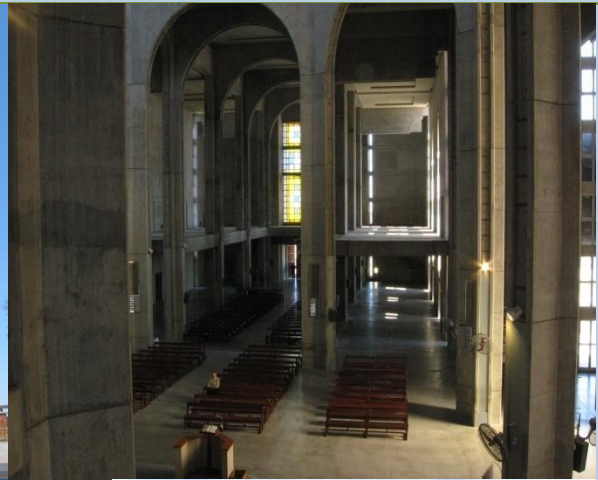
**Categoría:** Folklore

**Jerarquía:** 4, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Manifestaciones religiosas y creencias populares

**Subtipo:** -

**Ubicación:** se sitúa al noroeste de la ciudad, a pocos metros de la barranca que da al Paseo Costanero



**Horarios de apertura del Santuario:** 6:30 a 21:00 hs

**Secretaría:** 8:00 a 19:00 hs

**Misas:** Lunes a Viernes: 8:00, 11:30, 19:00 hs. Sábados y Domingos: 8:00, 10:00, 11:00, 12:00, 15:00, 17:00, 19:00 hs

**Novena:** 8:00, 11:30, 15:00, 19:00 hs (del día 17 al 24 de cada mes)

**Características:** es el atractivo más importante y destacado de la ciudad. Se estima que anualmente arriban más de un millón de turistas a la ciudad y su principal motivo de visita es la del Santuario de la Virgen. Su importancia es tal, que turistas no sólo de otras provincias sino de otros países llegan a visitarlo. Se encuentra dentro del predio “El Campito”, donado por la Municipalidad en el año 1985 por medio de una ordenanza para que comience con su construcción. La escultura de la Virgen del Rosario se puede observar en un primer piso con que cuenta, en donde se puede acceder por escaleras o ascensor. El 25 de mayo de 2014 se inauguró el interior del Santuario en su totalidad, un subsuelo en donde se encuentra una pequeña capilla y un salón con esculturas de las vírgenes de muchas partes del país y del mundo. El edificio se construye en base a donaciones de los peregrinos, las cuáles son anónimas y se estima que actualmente se encuentra en un 70%. A su alrededor, se encuentra la Secretaría del Santuario en donde los peregrinos depositan sus donaciones, la Santería Oficial que ofrece todo tipo de productos para que los peregrinos se lleven de recuerdo, un Centro de Difusión donde se brinda información sobre la Virgen y una sala de primeros auxilios.

**Observaciones:** la fiesta de la Virgen tiene lugar todos los años el día 25 de Septiembre, fecha de la primera aparición a la señora Gladys Quiroga de Motta. Desde entonces la ciudad alberga a más de 400 mil personas en un día. Dentro del predio El Campito hay un estacionamiento para peregrinos en donde la estadía tiene un precio de \$30. En las calles que rodean al predio, se acumulan muchos residuos y materiales para la construcción de la calle peatonal Sarmiento, en donde se ingresa al Santuario. Los peregrinos suelen llegar a la ciudad los 24 de septiembre y esperan a medianoche en El Campito para vivir completo el aniversario.



**ANIVERSARIO DEL SANTO PATRONO SAN NICOLAS DE BARI**

**Categoría:** Acontecimientos programados

**Jerarquía:** 2, según Cárdenas Tabares

**Tipo:** Otros

**Subtipo:** Fiestas religiosas y profanas

**Día de la conmemoración:** 6 de diciembre



**Características:** con motivo de la celebración del día de San Nicolás de Bari, la Municipalidad organiza anualmente la procesión náutica sobre el arroyo Yaguarón. La Prefectura Naval Argentina presta el servicio de una embarcación, y la escultura es acompañada por el Intendente, el Obispo y otros actores destacados de la ciudad. La procesión parte donde comienza el Parque Aguiar, y la comunidad puede acompañar al Santo con sus embarcaciones durante el recorrido, como así también en su mayoría se acercan a las orillas del arroyo y el Paseo Costanero para saludar el paso de la imagen de San Nicolás de Bari

**Observaciones:** es la segunda fiesta más importante de la ciudad, luego de la Virgen del Rosario, y es la más tradicional y antigua. Al llegar al Puerto de Cabotaje la procesión sigue en pie hasta la Catedral donde se celebra la Santa Misa a las 20 horas, dos horas después de cuando comienza el recorrido sobre el arroyo. Al culminar la celebración, suele haber fuegos artificiales y actúan coros de diversas parroquias.

<b>ANIVERSARIO DE LA VIRGEN MARIA DEL ROSARIO</b>	
<b>Categoría:</b> Acontecimientos programados	<b>Jerarquía:</b> 4, según Cárdenas Tabares
<b>Tipo:</b> Otros	<b>Subtipo:</b> Fiestas religiosas y profanas
<b>Día de la conmemoración:</b> 25 de septiembre	
<p><b>Características:</b> los días 25 de cada mes, se realiza una procesión en las calles aledañas al Santuario, aunque el 25 de septiembre es el aniversario. En el año 2013 se registraron más de 400 mil personas, provenientes de varios puntos del país, países de Latinoamérica y hasta de Europa para presenciar el evento. Los peregrinos se acercan la noche del 24, y a partir de las 23 horas se realiza la procesión de antorchas desde la Catedral hasta el Santuario, y esperan a medianoche para celebrar la aparición de la Virgen. Al día siguiente se realiza la procesión oficial a partir de las 15 hs, y luego la misa más importante del año en el Santuario, en donde el predio El Campito se encuentra repleto.</p>	
<p><b>Observaciones:</b> es el evento anual más destacado de San Nicolás y la segunda fiesta religiosa más importante del país. Es la semana y el día en donde los comerciantes sacan provecho de los miles de turistas o peregrinos que arriban a la ciudad. A partir del año 2000 se aprobó una ordenanza que regula la ubicación y la cantidad de puestos de venta ambulante durante los días 25 de cada mes (ver anexo). En la fecha del aniversario, muchos residentes prestan sanitarios de sus casas a peregrinos, a causa de la falta de éstos y acumulación de gente. Además, la Municipalidad coloca torres dentro de El</p>	



Campito para que policías puedan observar con mejor claridad la masa de fieles.

En la ciudad de San Nicolás de los Arroyos hay una gran cantidad de atractivos de jerarquía para ser visitados por turistas. Una parte de ellos generan la movilización de turistas por sí solos, mientras que otros atractivos de menor jerarquía complementan las opciones para el visitante.

Sin lugar a dudas el más visitado es el Santuario de la Virgen María del Rosario, principalmente los días 25 de cada mes, durante todo el año. Alcanza su mayor caudal los 25 de septiembre. Tomando como referencia la definición de Cárdenas Tabares, el Santuario y la fiesta del aniversario o más conocida como *La Fiesta de la Fe* son atractivos de jerarquía 4, es decir que son “*atractivos con rasgos excepcionales en el país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno o externo*”.

La Casa del Acuerdo es considerada el tercer edificio histórico más importante del país detrás del Cabildo y la Casa de Tucumán. Allí se firmó el pacto preconstitucional lo que daría lugar a la construcción de la Constitución Nacional. Otro atractivo de menor jerarquía pero muy importante es el Museo de la Ciudad Gregorio Santiago Chervo. Allí se encuentra toda la historia desde períodos antes de la fundación de la ciudad hasta el día de hoy. Libros, personajes, vestimenta, imágenes y todo lo que tenga que ver con la historia de San Nicolás se encontrará allí.

En cuanto al patrimonio natural, el Río Paraná y sus arroyos atraen a muchos turistas que quieren practicar pesca deportiva, y no son los menos. El Parque Aguiar aunque hoy no se encuentre en óptimas condiciones tiene un potencial muy elevado, y debería estar preparado para captar turistas que quieran practicar turismo aventura. Entre el Paseo Costanero y el Parque Aguiar se encuentra el Balneario Municipal en pésimas condiciones, y en total abandono en comparación a lo que fue en años anteriores.

Los atractivos de carácter cultural representan una parte de la identidad nicoleña. Se podría incluir en esta categoría al Santuario y al fenómeno religioso, aunque el Teatro Rafael de Aguiar es símbolo de cultura en la ciudad. Allí se organizan grandes espectáculos y tiene una capacidad para más de mil personas, y su decoración contiene los mismos materiales que el Teatro Colón de Capital Federal.

Por último, se puede agregar que San Nicolás es destino de turismo de congresos y convenciones. El Hotel Colonial, el San Nicolás Plaza Hotel y hasta el Teatro Aguiar son muy frecuentados por grandes corporaciones con motivos de reuniones y eventos.



### Actividades

Roberto Boullón en su libro “Actividades Turísticas y Recreacionales” comenta que cada atractivo turístico ofrece actividades que los visitantes pueden realizar. Estas actividades son:

- a) Esparcimiento
- b) Visitas culturales
- c) Visitas naturales
- d) Deportivas
- e) Asistencia a acontecimientos programados

En los atractivos turísticos con que cuenta la ciudad de San Nicolás, las actividades más destacadas que se pueden realizar en ellos son:

<b>Nombre de la actividad:</b>	Avistaje de aves
<b>Categoría:</b>	Visita a sitios naturales
<b>Descripción:</b>	La actividad se basa en la observación y el estudio de las aves silvestres y el arte de reconocer las distintas especies por su plumaje y canto.
<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	Se puede practicar la actividad en el Parque Aguiar, con guías turísticos especializados en el área.
<b>Estacionalidad</b>	Se puede practicar durante todo el año dependiendo el clima, aunque su mejor práctica se desarrolla durante las estaciones de otoño y primavera.

<b>Nombre de la actividad:</b>	Cicloturismo y senderismo
<b>Categoría:</b>	Esparcimiento
<b>Descripción:</b>	Excursiones a determinados lugares naturales que no requieren de un adiestramiento especial. Alquiler de bicicletas para el recorrido de paseos, parques o reservas.

<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	En el Parque Aguiar se realiza un recorrido interno ideal para hacerlo en bicicleta, lo mismo que el Paseo Costanero. En la Finca "Don Humberto" se ofrecen recorridos a pie de hasta 10 kilómetros entre bañados, barrancas y vegetación autóctona.
<b>Estacionalidad:</b>	Durante todo el año, dependiendo del clima.

<b>Nombre de la actividad:</b>	Deportes náuticos
<b>Categoría:</b>	Deportiva
<b>Descripción:</b>	Consiste en todo tipo de actividad que se puede realizar en arroyos, ríos o lagos con sin algún tipo de embarcación
<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	Se pueden realizar a lo largo de todo el Río Paraná actividades como waveboard, canotaje, kayak, entre otras.
<b>Estacionalidad:</b>	Principalmente en primavera y durante todo el verano.

<b>Nombre de la actividad:</b>	Pesca deportiva
<b>Categoría:</b>	Deportiva
<b>Descripción:</b>	Consiste en la captura de peces con fines no lucrativos y es una de las actividades más practicadas a nivel mundial.
<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	San Nicolás está rodeado por tres arroyos que conforman el Río Paraná. Es uno de los ríos con mayor cantidad de tipos de peces a nivel nacional. El "Club del Acuerdo" y "Club Regatas" son los establecimientos más conocidos en el ámbito, y se cuenta con guías de pesca especializados aprobados por la Prefectura Naval Argentina.
<b>Estacionalidad:</b>	Durante todo el año, dependiendo el clima.

<b>Nombre de la actividad:</b>	Turismo rural
<b>Categoría:</b>	Esparcimiento

<b>Descripción:</b>	El rasgo distintivo de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, y disfrutar del entorno humano en la zona rural y participar en las actividades y tradiciones del lugar.
<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	Se puede experimentar en "Finca Don Humberto". Hace 4 generaciones que se producen frutas cítricas y frutales de carozo. Se muestra la producción por dentro de la finca, se degustan los productos y se finaliza el día con una merienda que consiste con productos caseros. La guiada debe reservarse con anticipación.
<b>Estacionalidad:</b>	En cualquier momento del año, dependiendo de la disponibilidad de los guías.

<b>Nombre de la actividad:</b>	Turismo Aventura
<b>Categoría:</b>	Deportiva
<b>Descripción:</b>	Es el tipo de turismo relacionado directamente con el deporte de aventura o de riesgo, donde el turista tiene como objetivo pasar momentos de adrenalina.
<b>Sitio en que tiene lugar:</b>	Un ejemplo en la ciudad de San Nicolás son los vuelos de bautismo de parapente, en la Escuela de Parapente "San Nicolás", en el extremo norte de la ciudad. Se destacan principalmente las vistas de los Arroyos, las Islas y el Santuario.
<b>Estacionalidad:</b>	Durante todo el año, dependiendo el clima y los vientos.

Son bastantes las actividades que se pueden realizar en la ciudad, al margen de visitar al Santuario. Lo que más se destaca son las actividades en el Parque Aguiar, cicloturismo, senderismo, trekking y avistaje de flora y fauna.

La pesca deportiva es muy requerida a nivel nacional, y San Nicolás cuenta con un punto muy fuerte que es el Río Paraná. Además pueden realizarse paseos en lancha con cierta duración en el río.

Como adicional, se puede viajar a la ciudad con la meta de practicar turismo rural, como por ejemplo en la Finca Don Humberto, productora de frutas cítricas y frutales de carozo.

Es importante destacar además el factor estacionalidad de las actividades en cada uno de los atractivos ya que los turistas que arriben a la ciudad para realizar alguna otra actividad además del turismo religioso que es la mayoritaria, elijan una parte del año para viajar.

### **INFRAESTRUCTURA**

Sergio Molina la define como la prestadora de servicios básicos o de apoyo al sistema turístico de una ciudad. Además sirve en la gestión de otras actividades económicas y resulta imprescindible para satisfacer necesidades sociales.

A continuación se detalla la infraestructura interna y externa de la ciudad:

<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Nombre</b>
<b>Transporte</b>	Terrestre	Red de carreteras	Ruta Nacional N°9, asfaltada en su totalidad
			Ruta Nacional N°188, asfaltada en su totalidad
		Servicios para el automotor	En la ciudad hay 20 talleres mecánicos, dos de los cuales se encuentran en la Ruta Nacional N° 9
		Servicios para el turista	Sobre la Ruta Nacional N° 9 se pueden encontrar estaciones de servicio YPF, paradores y restaurantes que brindan servicio al turista durante su viaje de acceso a la ciudad
		Servicios de transporte	Dentro de la ciudad, opera únicamente la empresa Vercelli Hermanos, con varias líneas y recorridos hasta las delegaciones contiguas. A San Nicolás arriban empresas de micros de trayectoria de larga distancia como ser: Flecha Bus, Empresa Argentina, Chevallier, Urquiza, El Pulqui, entre otros

		Terminales de autobuses	La ciudad cuenta con terminal de ómnibus, sita en Av Morteo 55, pero la mayoría de las empresas de micros llegan al Parador de San Nicolás, sobre la Ruta Nacional N°9 y la Av. Perón, avenida de entrada a la ciudad.
		Red ferroviaria	Opera el Ferrocarril Mitre, mediante la empresa Ferrocarril S.A. partiendo desde Retiro a Tucumán.
		Terminales ferroviarias	Se encuentra frente a la terminal de ómnibus, en Av Morteo 55
		Terminales marítimas	El Nuevo Puerto de San Nicolás se encuentra al extremo noreste de la ciudad al límite con el arroyo Ramallo

<b>Comunicaciones</b>	Correo		Andreani S.A
			Credifin Express Correo Privado
			OCA
	Radio		FM 100.5 Radio UTN
			FM 104.5 OXIGENO
			FM 89.5 MELODIE
			FM 98.9 DIGITAL SAN NICOLAS
			FM 105.1
			FM 107.5 LIBERTAD
			FM 90.7 MITRE SAN NICOLAS
			FM 91.1 ACUERDO
			FM 94.9 EMOCIONES
			FM 95.3 RADIO MARIA
			FM 99.9 RADIO POP
		LT 24 RADIO SAN NICOLAS	
	Televisión		Cablevisión S.A.
			Canal 7 Nicoleño
	Diarios y revistas		Diario el Informante
			Diario el Norte
		Revista Flop	

	Internet		La ciudad cuenta con más de 15 locutorios con acceso a internet
--	----------	--	---

<b>Sanidad</b>	Red de agua		Planta Potabilizadora de agua San Nicolás de los Arroyos
	Residuos		La recolección está a cargo de ENTRE (Empresa Nicoleña de Tratamiento de Residuos)
	Salud	Hospitales y Clínicas	Hospital Zonal de Agudos San Felipe
			Cruz Roja Argentina
Clínica San Nicolás SA			
			Clínica Sanatorio Privado Nuestra Señora del Rosario

<b>Energía</b>	Red eléctrica		Depende del departamento Alumbrado Público y Semáforos, de la Municipalidad de San Nicolás
	Combustible	Gasolina	EG3, RN 188 y Autopista Aramburu
			YPF TRIAR, Av. Moreno 18
			YPF, Av. Savio 1289
			Shell, Av. Savio 502
			Transgeva ESSO, Perón 1452
			ESSO San Cayetano, Av. Savio 665
			Parador SN, Perón 2130
			ESSO ROTONDA SUR, Av. Savio 1510
	Gas		GNC DE LA COSTA, Av. Alberdi 190
GNC San Nicolás, Av. Savio 2102			

Lo primero que se debe considerar de este componente del sistema turístico es la infraestructura externa, es decir los medios de acceso que unen el punto de partida con el destino turístico. A San Nicolás se puede acceder mediante la Ruta Nacional N°9 que se inicia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires hasta La Quiaca en Jujuy, y la Ruta Nacional N° 188 siendo su punto de partida San Nicolás y su punto de llegada General

Alvear, Mendoza. Ambas rutas se encuentran en perfecto estado, principalmente en las zonas aledañas a San Nicolás y se encuentran totalmente pavimentadas y bien señalizadas.

En caso de dirigirse en vehículo, en la RN N°9 hay dos servicios de talleres mecánicos para asistencia al automotor, y ya dentro del partido de San Nicolás, cuenta con 18 talleres mecánicos.

Partiendo desde la terminal de ómnibus de Retiro en Capital Federal, principal terminal de ómnibus del país, el visitante tiene muchas opciones de empresas de transporte de micros de larga distancia que llegan casi en su totalidad hasta el Parador de San Nicolás. Empresas como Urquiza, Chevallier, Flecha Bus y Empresa Argentina son de las de más prestigio en el mercado, y tienen más de cuatro servicios diurnos todos los días de la semana. La empresa El Pulqui es la única que entra a la ciudad y tiene parada en la Terminal de Ómnibus de San Nicolás, con dos frecuencias diurnas partiendo desde Retiro.

También se puede acceder a la ciudad por tren, por medio de la empresa Ferrocarril S.A partiendo de Retiro culminando su viaje en San Miguel de Tucumán. De Retiro a San Nicolás tarda unas 7 horas y tiene frecuencia los lunes y viernes de la semana.

En la categoría Comunicaciones, San Nicolás se encuentra bien equipado. Tres empresas de correo tienen su propia oficina en el centro y muchas cantidades de radios en su totalidad FM. La más conocida y destacada por el nicoleño es LT Radio San Nicolás. El Diario El Norte es el histórico diario de la ciudad y sus ejemplares se imprimen todos los días.

En la categoría sanidad, la empresa encargada de recolectar los residuos es la ENTRE (Empresa Nicoleña de Tratamiento de Residuos), única en la ciudad. Es una empresa contratada por el municipio y opera todos los días menos los sábados. Tanto la Clínica San Nicolás S.A. como el Sanatorio Privado Nuestra Señora del Rosario se encuentran en muy buen estado, siendo éstas de carácter privado. El hospital público de la ciudad, San Felipe, se encuentra mal conservado y un estado medio bajo. Su fachada no parece la de un hospital, sino la de un antiguo edificio con un mote de abandono.

En cuanto a la categoría energía, la red eléctrica depende del municipio y el área encargada es el Departamento de Alumbrado Público y Semáforos. Las estaciones de servicio para cargar combustible o gas se encuentran en su mayoría sobre la avenida Savio, una de las principales de la ciudad, destacándose empresas como YPF, Shell y ESSO.

Es importante destacar la gran cantidad de obras públicas impulsadas por el intendente del oficialismo Ismael Passaglia. Actualmente la ciudad se encuentra en un 80% pavimentada y

las instalaciones de todas las redes cloacales se prevé a fin de año. Estos datos se pudieron extraer de las encuestas a los residentes mediante preguntas abiertas.

Uno de los principales problemas de la infraestructura turística es la falta de señalización de los atractivos turísticos en sí. Esto no se refiere a señalización de tránsito. Cuando se ingresa a la ciudad por la avenida Perón hay un solo cartel que muestra la dirección del Santuario. A esto se le agrega que los carteles informativos no nombran a otros atractivos con que cuenta la ciudad. Se puede deducir que un turista que arriba a la ciudad tal vez nunca se entere de la existencia de esos atractivos por la falta de señalización, siempre y cuando no ingrese a la oficina de información turística en la terminal de ómnibus.

### **SUPERESTRUCTURA**

La superestructura comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema turístico así como también armonizar sus relaciones para facilitar la producción y la venta de un producto turístico.

Sergio Molina divide a la superestructura en dos clases de subsistemas:

1. *Organizacionales*: organismos del sector público, privado o intergubernamentales
2. *Conceptuales*: leyes, reglamentos, planes y programas que regulan la actividad

Para que el sistema funcione adecuadamente, tanto la superestructura como la infraestructura son componentes claves. La superestructura es el subsistema superior a todos los componentes que regulan y controlan todo el conjunto.

Cuando el sistema turístico de una ciudad no funciona correctamente, el problema de la baja calidad de los servicios que se ofrecen en buena parte se debe a un gran defecto a la superestructura, el componente regulador.

En mayoría de los casos, el organismo público encargado de controlar y ejercer el poder sobre la actividad turística de un lugar es el propio municipio, llevando a cabo las actividades por el propio intendente o delegando tareas a un departamento creado únicamente para tratar sobre turismo y desarrollo económico.

A continuación se detallan los organismos que regulan la actividad turística de San Nicolás:



**Superestructura Organizacional:**

<b>SUPERESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>		
<b>Nombre del organismo</b>	<b>Datos</b>	<b>Objetivo principal</b>
Subsecretaría de Cultura y Turismo	Tipo: Público	Asesorar al gobierno de la Municipalidad de San Nicolás en el diseño de las políticas culturales y turísticas, y su planificación, organización y ejecución
	Dirección: Av. Morteo 55	
	E-mail: sannicolascultura@arnetbiz.com.ar	
	Teléfono: (0336) 4421070	
	Responsable: José Alberto Petrucci	
Dirección de Museos	Tipo: Público	Vigilar el adecuado contenido histórico del patrimonio cultural nicoleño a exhibir y planificar y ejecutar actividades diseñadas a fortalecer la identidad local, a través de programas de los museos nicoleños
	Dirección: Francia 187	
	E-mail: museochervo@gmail.com	
	Teléfono: (0336) 4422259	
	Responsable: Santiago Chervo	
Cámara de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines	Tipo: Privado	Mantener la mayor vinculación y cooperación con las entidades afiliadas, fomentando su nucleamiento y desarrollo
	Dirección: Viale 100	
	E-mail: camarasn@arnetbiz.com.ar	
	Teléfono: (0336) 4434503	
	Responsable: Jorge Lauret	
Cámara Nicoleña de Agencias de Viajes y Turismo	Tipo: Privado	Representar a las agencias de viajes de la ciudad y ofrecer una constante capacitación a sus asociados, para lograr la más alta calidad y excelencia en el nivel de prestación de servicios
	Dirección: Nación y Almafuerte	
	E-mail: santur@intercom.com.ar	
	Teléfono: (0336) 4451229	
	Responsable:	

El partido de San Nicolás eligió hace tres años al intendente Ismael Passaglia, integrante del partido Frente para la Victoria a nivel nacional. Durante sus años de gestión, principalmente en este año 2014, priorizó su presupuesto en obras públicas, como obras sanitarias, pavimentación, mejoramiento del alumbrado público, entre otros. Éste dato no sólo se obtiene de opiniones de los residentes y entrevistas con actores calificados que se analizarán luego, sino que se puede ser protagonista de esas obras transitando las calles de la ciudad, como se muestra en la foto:

Fuente: Propia.



Estas obras en su mayoría se finalizan y se cumplen y el intendente tiene una buena imagen en la ciudad.

En lo que respecta al turismo, se refleja lo contrario. La ciudad desde el año 2005 contaba con un Ente Turístico, encargado de generar proyectos para un mejor posicionamiento de San Nicolás, y detectar las falencias del sistema turístico. En el año 2013, por medio de una ordenanza el ente se disolvió y operó hasta el 31 de diciembre del año pasado. Contaba con diez empleados que al formar parte de planta permanente hoy en día se los distribuyó en un sector de algún departamento operativo de la municipalidad. Luciano Pastocchi durante la entrevista personal comentó que el ente se disolvió por decisión del intendente para recortar el presupuesto.

Lo que determinó Ismael Passaglia fue unificar el sector turismo con cultura, que ya operaba como secretaría independiente y se pasó a nombrar Subsecretaría de Cultura y Turismo de San Nicolás con José Petrucci como responsable del sector, que lo era antes en el área de cultura.

El objetivo principal de la Subsecretaría de Cultura y Turismo es: “Asesorar al gobierno de la Municipalidad de San Nicolás en el diseño de las políticas culturales y turísticas, y su planificación, organización y ejecución”. Además tiene las siguientes funciones:

- Fomentar el desarrollo de empresas que ayuden a mejorar y ampliar la oferta turística del partido San Nicolás.
- Estimular la inversión privada en las actividades culturales y turísticas del municipio.

- Velar por el cuidado y mantenimiento de los sectores o zonas de interés turístico, artístico, histórico, arqueológico y cultural de la Municipalidad.
- Elaborar y ejecutar programas de investigación, recuperación y difusión del patrimonio cultural del Municipio, en cooperación con los distintos organismos públicos, privados y ONGs comprometidos con esa labor.
- Diseñar, financiar y ejecutar programas de fomentos de las actividades culturales y turísticas en todos los niveles y manifestaciones.
- Propiciar el mejoramiento y optimización de la calidad de bienes y servicios culturales y turísticos del municipio.
- Crear y fortalecer mecanismos de coordinación y comunicación con las distintas entidades públicas y privadas a nivel Local, Regional, Nacional e Internacional que posibiliten el cumplimiento a las funciones de planeación, fomento, difusión, promoción y financiación de las actividades culturales y turísticas.
- Formular políticas para la promoción turística del Municipio y coordinar las campañas publicitarias correspondientes.

La Dirección de Museos también se incluye en la superestructura del sistema. Santiago Chervo se encuentra a cargo por disposición de la Municipalidad. El objetivo principal que tiene el sector además de vigilar el patrimonio histórico en todos sus ámbitos, es la de fomentar encuentros y actividades entre los museos para fortalecer la identidad nicoleña y sus costumbres.

La Cámara de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y afines tiene como principal función vincular y relacionar a los miembros para generar un mejor desarrollo general. Además, organiza capacitaciones generalmente a hoteles sobre el fenómeno del turismo y todos sus ámbitos.

La Cámara Nicoleña de Agencias de Viajes y Turismo representa a todas las agencias de la ciudad y como la cámara de hoteles, ofrece capacitaciones para prestar mejores servicios.

### **Superestructura Conceptual:**

Las ordenanzas que regulan la actividad turística fueron aprobadas por voto mayoritario en el Honorable Concejo Deliberante de la ciudad.

Las ordenanzas son las siguientes:

### **ORDENANZA N° 5145/00 – Puestos Zonas de Santuario-**

Fue promulgada en el año 2000, y trata sobre el permiso de los puestos de ventas ambulantes en determinadas calles, y la regulación de los días 25 de septiembre. Además trata sobre la documentación necesaria para habilitar locales comerciales, estacionamiento de vehículos en las calles aledañas al Santuario, tránsito de colectivos y las calles que son peatonales en fechas específicas.

La ordenanza completa se adjunta en el Anexo.

### **ORDENANZA N° 7002: - Guías de Turismo de San Nicolás-**

Promulgada en el mes de Abril del año 2007, trata sobre la creación de un Registro Oficial de Guías de Turismo de San Nicolás. El sector encargado de otorgar credenciales a los guías y armar el registro era el Ente Mixto de Promoción Turística, hoy reemplazado por la Subsecretaría de Cultura y Turismo. En los artículos se detallan los requisitos que deben cumplir.

La ordenanza completa se adjunta en el Anexo.

### **ORDENANZA N° 8592: - Disolución Ente Mixto de Promoción Turística-**

Fue aprobada el 26 de diciembre de 2013 y trata sobre la disolución del Ente Mixto de Promoción Turística por mayoría de votos. A partir del 1 de Enero del 2014 el área de turismo se incorpora a la Secretaría de Cultura con dependencia municipal. Las deudas que contrajo el ente fueron asumidas y canceladas por la Municipalidad.

La ordenanza completa se adjunta en el Anexo.

### **Imagen y Perfil de la ciudad**

Son varias las conclusiones que se pueden desarrollar en cuestión a la imagen y perfil de ciudad que promueve el sector público, más precisamente la Subsecretaría de Cultura y Turismo.

Se intentó contactar a José Petrucci, pero no se recibió respuesta alguna. Hubiese sido de gran aporte entrevistarlo, aunque luego de analizar los datos obtenidos mediante encuestas a residentes principalmente, entrevistas a autoridades locales y caminar la ciudad por tres días, no hizo falta ya que hay varios puntos que ayudan a determinar cuál es el perfil de ciudad que se quiere lograr y/o modificar. La ciudad adoptó un perfil religioso y el cambio

de esa imagen o el refuerzo con otro tipo, parece no estar en los planes de la Municipalidad por las siguientes observaciones:

- En primer lugar, en estos últimos dos años por orden de Ismael Passaglia y su política de inversión en obras públicas, se decidió acortar el presupuesto de inversión a la actividad turística y por ende toda política de promoción y/o desarrollo de una nueva actividad o mejoras de ya existentes será muy limitada, lo que permite que el turismo religioso ya totalmente instalado y difundido, siga siendo la principal actividad y fuente de ingreso representando al turismo en la ciudad.
- Según encuestas, gran parte de los residentes afirman que la Municipalidad no tiene casi relación con ellos en cuanto a la actividad o concientización turística, lo que se presume desde el sector es que el turismo ya alcanzó su punto más alto y tal vez no es necesario invertir mucho tiempo en esto.
- En redes sociales como Facebook o Twitter, se promocionó muchísimo el Aniversario de la Fiesta de la Virgen María del Rosario con un mes de anticipación, fomentando a la afluencia de peregrinos a la ciudad el 25 de Septiembre.
- En la oficina de Información Turística, toda persona que solicite información acerca de la ciudad, además de folletos se les brinda un afiche con la imagen de María, y también se reparten a residentes con ayuda del Santuario. Caminando por la ciudad el 70% de los domicilios tiene colocado este afiche en sus puertas, ventanas y hasta en los vehículos.
- Al ingresar a la ciudad por la Avenida Perón, que se accede por la Ruta Nacional N°9 que es el acceso principal, la Municipalidad colocó un gran cartel como propaganda que dice “Bienvenidos a San Nicolás” y en su mitad la se exhibe la imagen de la Virgen con el Niño Jesús.

Todas estas observaciones que se pudieron realizar en la ciudad, y las conclusiones que se pueden armar mediante encuestas con nicoleños y entrevistas, ayudaron a determinar el grado de participación de la Municipalidad y lo que se quiere lograr. Por el momento, desde el sector público, parece que no se quiere diversificar la oferta turística.

Fuente: propia



*Fotografía tomada en la entrada a la ciudad, próxima al Parador en donde acceden el 90% de los micros de larga distancia y los vehículos provenientes de gran parte del país. La Virgen del Rosario representa la ciudad, y se puede sentir claramente.*

## **COMUNIDAD LOCAL**

Es el componente del sistema turístico que agrega Sergio Molina en su modelo. Son los grupos de individuos que residen de forma permanente en los polos o centros turísticos.

La divide en dos segmentos:

- Grupos que están directamente relacionados con el turismo como por ejemplo meseros, guías de turismo, empleados hoteleros, de agencias de viajes, entre otros.
- Grupos relacionados indirectamente con el turismo y aquí incluye a los residentes que trabajan en otro tipo de ámbito que no tiene relación alguna con la actividad.

El partido de San Nicolás tiene alrededor de 145 mil habitantes, y la principal actividad económica además de ser la agrícola y portuaria, es la comercial. Son varios los comercios que se encuentran en el centro de la ciudad, y otros en relación a la venta de productos turísticos, principalmente artículos religiosos. Otra actividad en las cuales se desempeñan muchos nicoleños es en la industria metalúrgica en las empresas Ternium Siderar (ex SOMISA) y Acindar (Aceros Industria Argentina) en Ramallo y Villa Constitución respectivamente.

Las encuestas a residentes que se realizaron en la ciudad, la gran mayoría comparte que el turismo genera un beneficio económico para la comunidad. Generación de empleo, apertura de negocios, mejora de infraestructura de diversa índole, fueron respuestas que se dispararon al momento de preguntar si el turismo es un beneficio a nivel local y las mejoras que éste fenómeno con trae.

Por el contrario, un grupo de encuestados aportó que la actividad turística genera ciertas diferencias entre el visitante y residente. La más notable es la cantidad de gente que se acerca principalmente los fines de semana y los días 25 de cada mes. Acumulación de residuos, ruidos molestos y la generación de un nuevo espacio son otros reclamos de una parte de la población local. Aquí se tiene en cuenta la diferencia entre la Ciudad del Acero y la Ciudad de la Fe, aunque se tiene en cuenta el grupo etario que añora la sociedad de SOMISA, que en su mayoría superan los 60 años.

La comunidad local tiene un rol muy importante en la construcción de un nuevo patrimonio e identidad de una ciudad que sería el fenómeno religioso a partir de 1983 con las apariciones de la Virgen María a Gladys Quiroga de Motta. Sin la aprobación y la participación de la población residente, el desarrollo turístico de una ciudad o región será cuesta arriba para los organismos que quieran implementar la actividad.

A continuación se realizará un análisis acerca del fenómeno religioso de la ciudad de San Nicolás. Su aparición, su causa y consecuencia, sus actores involucrados y activación como nuevo patrimonio cultural de la ciudad para un posterior desarrollo turístico.

CAPITULO 6:  
ANÁLISIS DEL TURISMO RELIGIOSO  
COMO NUEVO PATRIMONIO  
CULTURAL



La ciudad de San Nicolás fue fundada en el año 1748 por Rafael de Aguiar bajo el nombre San Nicolás de los Arroyos, debido a que está emplazada entre los arroyos Del Medio, Yaguarón y Ramallo. El comerciante fundador era devoto de San Nicolás de Bari, nombre que incluyó a la nueva ciudad por aquel entonces.

Nicolás de Myra fue un Obispo que nació en el año 255 en Patara de Licia, una zona de Asia Menor, hoy país de Turquía. En el siglo III d.C fue uno de los primeros defensores del cristianismo por aquel entonces. Según tradiciones y relatos, fue hijo de padres nobles y ricos, y todo lo tenía lo repartía entre los pobres. En el año 300 fue declarado Obispo de Mira, ciudad en la que falleció en el año 330. Como obispo se ocupó de los problemas de su pueblo, hizo reuniones para enseñar y fomentar la fe cristiana, repartió finalmente la herencia de sus padres a los pobres, y hasta ahuyentó los “espíritus malignos” de muchas casas. El Emperador Linceo por aquel entonces, no promulgaba la fe cristiana por lo que lo llevó preso, y al poco tiempo lo tuvo que liberar por la gran presión del pueblo que lo consideraba un santo. El ya San Nicolás falleció el 6 de diciembre en la ciudad de Mira, y es así como lo llaman actualmente en las ciudades de oriente. Cuando los musulmanes conquistaron Turquía, un grupo de católicos romanos sacó de allí en secreto las reliquias del santo y las llevaron a la ciudad de Bari, en Italia. En esta ciudad se le adjudicaron milagros de tal magnitud por rezarle al santo, que su culto llegó a ser muy popular en toda Europa y occidente. Es patrono de Rusia, Grecia y Turquía, y hoy en día más de dos mil templos están dedicados a él en todo el mundo.

Rafael de Aguiar quince siglos después, que era reconocido por venerar a San Nicolás de Bari, construyó en el mismo año la primera capilla de lugar bajo el nombre “Del Señor San Nicolás”. Se puede afirmar que la fundación de la ciudad estuvo íntimamente relacionada con la religión cristiana desde el primer momento.

En el año 1884 se inaugura la Iglesia Catedral, ubicada en el casco fundacional de la ciudad y desde sus principios fue consagrada bajo la advocación de San Nicolás de Bari, cuya imagen se venera actualmente cada 6 de diciembre día de su fallecimiento con una procesión náutica por el Río Paraná.

El 23 de Junio de 1942 se presentó un proyecto de ley sobre la creación del Obispado de San Nicolás de los Arroyos en una sesión de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación, y fue aprobada en ese mismo año. El 3 de Marzo de 1947 recibe la bula de la Santa Sede “*Maxime quidem iuvat*”, de Pío XII, Sumo Pontífice en ese entonces. Sin embargo pasarían siete años para el nombramiento del primer Obispo, debido a que el gobierno de Juan Domingo Perón impidió momentáneamente que la sede episcopal nicoleña fuera provista. El 23 de Octubre de 1957 Pío XII designó al primer Obispo de San Nicolás de los Arroyos. La Diócesis actualmente comprende los partidos de San Nicolás, Ramallo,

Pergamino, San Pedro, Capitán Sarmiento, Bartolomé Mitre, Salto, Colón, General Arenales y Rojas. Obviamente todos bajo la advocación de San Nicolás de Bari, y sus límites son:

- Noreste: Río Paraná (Diócesis de Gualeguaychú)
- Noroeste: Arroyo del Medio (Arquidiócesis de Rosario, diócesis de Venado Tuerto)
- Sureste: Diócesis de Zárate-Campana
- Suroeste: Arquidiócesis de Mercedes-Luján

A lo largo de la historia, la Diócesis ha tenido siete Obispos en su cargo. El séptimo y último hasta la actualidad es el Monseñor Héctor Sabatino Cardelli, a quien Juan Pablo II lo trasladó de la sede episcopal de Concordia el 21 de febrero de 2004. Tomó posesión de la Diócesis el 1 de Mayo del año 2004.

El Obispado de San Nicolás se encuentra en pleno centro a metros de la Catedral frente a Plaza Mitre, ubicado en Mitre 84. El Monseñor Héctor Cardelli participa y está presente en todos los eventos religiosos importantes que acontecen no sólo en la ciudad sino en otros partidos que conforma la Diócesis.



**Obispado de  
San Nicolás**

*Escudo episcopal del Monseñor  
Héctor Cardelli, Obispo actual de  
La Diócesis de San Nicolás.*

Fuente: AICA (Agencia Informativa  
Católica Argentina)

Cronológicamente la ciudad de San Nicolás ha sido un lugar en el cual se construyeron muchas parroquias y capillas. La primera, como se mencionó anteriormente es la Catedral ubicada frente a la Plaza Mitre, en el cual se analizó su construcción en el capítulo “Componentes del Sistema Turístico: Atractivos”.

En ese mismo tiempo, a América llegaron misioneros salesianos con el objetivo de evangelizar a la población principalmente de la región patagónica. Muchos de ellos se instalaron en San Nicolás y construyeron el Colegio Don Bosco, primer colegio salesiano de toda América. Desde 1884 hasta la aparición de la Virgen María a Gladys en el año 1983 y la construcción del Santuario pasaron cien años. Y en estas diez décadas se construyeron algunas iglesias, parroquias y capillas con historia social que no deben estar exentas de este

análisis y que se podrían dar a conocer más a aquellos peregrinos y fieles que llegan a la ciudad de San Nicolás. Algunas de ellas son:



### **Capilla del Hospital Zonal General de Agudos San Felipe**

*Es una capilla muy antigua que data del año 1890 y fue recientemente restaurada. Albergó a las primeras mojas de la orden de Ntra. Sra. De la Misericordia. Está ubicada dentro del hospital y su nombre se debe en honor a San Felipe Benicio, hombre que mandó a construir el hospital y la capilla dentro. La capilla se destaca por su decoración. Se ubica en la calle Olleros 28.*



### **Parroquia María Auxiliadora**

*Fue inaugurada en el año 1894 y es una de las iglesias más antiguas de la ciudad. Se ubica junto al Colegio Salesiano Don Bosco, sito en la calle Don Bosco 580. Dentro de ella se puede apreciar el cuadro de María Auxiliadora, obra del pintor Rollini. Actualmente se realizan actividades pastorales como catequesis, Caritas, grupos de scout, entre otros. Además se realizan eventos culturales.*



### **Parroquia Nuestra Señora del Carmen**

*Se encuentra ubicada en la localidad de General Rojo, localidad perteneciente al Partido de San Nicolás. Situada a 18 kilómetros del centro, su construcción es del año 1899. Está caracterizada por poseer una planta y una torre. Hoy en día se utiliza como templo y posee gran valor arquitectónico, histórico y social. Los días 16 de Julio se festeja el aniversario de la Patrona de la localidad.*



### **Parroquia Nuestra Señora del Perpetuo Socorro**

*Se ubica en la localidad de La Emilia, extremo sur del partido de San Nicolás. Su construcción se produjo en el año 1957. Aquí se venera el cuadro de Jesús Misericordioso, traído desde Polonia y bendecido por Juan Pablo II. La festividad se realiza el domingo siguiente a Pascuas de Resurrección, como en todo el mundo. Ese día la parroquia es visitada por cientos de peregrinos de las zonas aledañas al partido de San Nicolás.*

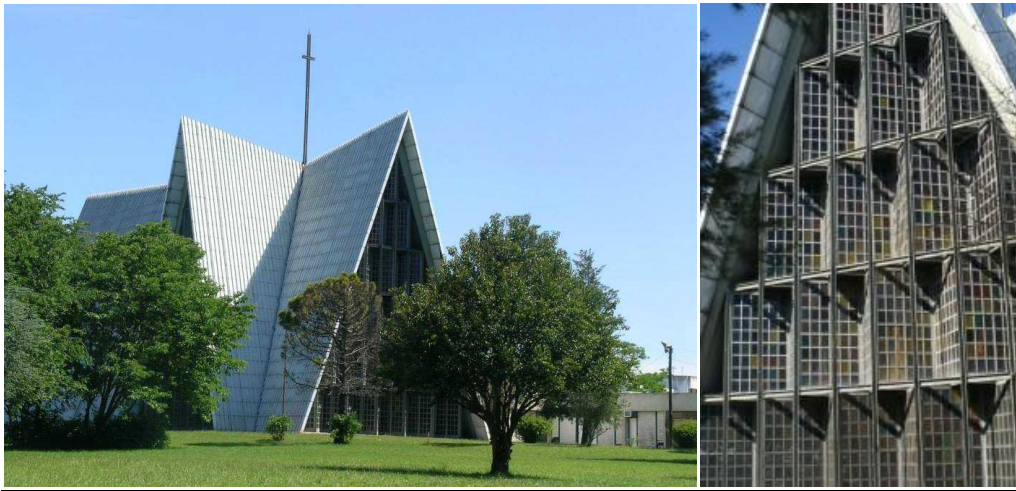


### **Parroquia Nuestra Señora de Luján**

*Construida en el año 1963, se encuentra ubicada en la calle Almafuerte 323, en un radio céntrico. Es una parroquia muy particular por el estilo arquitectónico diferente a las demás iglesias.*



### **Parroquia del Espíritu Santo**



*Fue construida en el año 1964 por el arquitecto Mario Magni. Se ubica en el Barrio SOMISA, extremo este de la ciudad, a 8 kilómetros del centro. Es la Iglesia a la que concurrían los habitantes del barrio, todos empleados de la siderúrgica. Tiene una forma de cruz y su estructura es muy particular y única. Está construida con material de hierro y cubierta en su totalidad de acero, y en sus muros se utilizaron paneles de chapa estampada. Dentro está plagada de vitreaux importados de Francia y esculturas cristianas. Es una parroquia muy importante en un hecho histórico representativo de la ciudad, en los años de acero.*



### **Parroquia San Cayetano**

*Fue construida en el año 1966 y se encuentra ubicada en la calle Sarmiento 523, a dos cuadras del Santuario de la Virgen del Rosario. Es centro de peregrinación los días 7 de Agosto, en honor a San Cayetano.*



### **Capilla San Ignacio de Loyola**

*Se encuentra en el interior del Cuartel Militar en la calle Colón, emplazada en un parque. Fue construida en el año 1972 y es réplica de una capilla salteña. Su interior está construido a base de troncos. San Ignacio de Loyola es el Santo Patrono del Arma de Ingenieros del Ejército Argentino.*

El inventario y relevamiento de las parroquias más destacadas de la ciudad, se pueden considerar como opcionales al gran patrimonio religioso con que cuenta San Nicolás, que hasta 1972, año que se construyó la última capilla (San Ignacio de Loyola) antes del gran Santuario Virgen María del Rosario, no generaron una identidad especial a la comunidad local, aunque la ciudad lleve el nombre de un santo.

San Nicolás ha tenido un puesto clave en diversos momentos de la organización nacional. El primer momento crucial en la historia nicoleña sucedió el 31 de Mayo de 1852: la firma del Acuerdo de San Nicolás. El resultado fue el Congreso de Santa Fe que dictó la Constitución en el año 1853. Desde ese entonces la ciudad se asoció con el apodo “Ciudad del Acuerdo”.

El segundo momento importante de la historia de la ciudad se produjo al final de la década de los cuarenta cuando se aprobó el Plan Siderúrgico Argentino, y como consecuencia se creó la empresa Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina (SOMISA) en la localidad de Ramallo pero en constante relación con San Nicolás, ya que gran parte de mano de obra era nicoleña. El gran florecimiento económico produjo la inmigración de muchas familias y obreros del norte argentino y del litoral, principalmente. La población se fue duplicando y triplicando en unas décadas. Se buscaba a San Nicolás como salida laboral y como oportunidad de crecimiento económico personal. La fábrica siderúrgica fue una de las más importantes a nivel nacional y hasta los días de hoy se sigue recordando. Este hecho industrial dio lugar a que San Nicolás tome una nueva identidad y se denomine “La Ciudad del Acero”.

Por último y hasta la actualidad, un tercer hecho muy importante surgió en la ciudad y es el acontecimiento de la fe, del milagro, de lo divino y sagrado. A partir de 1983 con la

aparición de la Virgen millones de peregrinos se acercaron a la ciudad. Calles colmadas, presencias de micros y autos, procesiones e incrementación de establecimientos hoteleros y gastronómicos. *A partir de ese momento se comenzó a designar a la ciudad como “La Ciudad de María” y quedó identificada como “La Ciudad de la Fe”*<sup>62</sup>

Este acontecimiento que se desarrolla en octubre de 1983 es el puntapié inicial de una serie de sucesos que marcaron el origen de la construcción de un nuevo espacio en la ciudad. Durante los años 1983 y 1989, la Iglesia Católica se encargó de investigar el milagro relatado por Gladys Quiroga de Motta. Una aparición mística en un lugar determinado es un hecho muy destacado a nivel mundial, como sucedió en Lourdes, Fátima, Guadalupe, entre otros. De aprobarse como milagroso, la Santa Sede podría iniciar o activar un nuevo patrimonio cultural-religioso en el mundo.

Según Llorenç Prats, el patrimonio cultural es entendido como *“Todo aquello que socialmente se considera digno de conservación independientemente de su interés utilitario”*.<sup>63</sup> El patrimonio es resultado de un proceso de invención y de una construcción social. Es un concepto polisémico, es decir que puede tener varios significados. Es un referente identitario de un pueblo, y tiene un valor simbólico para la comunidad que puede ser tanto universal como nacional.

En el caso de San Nicolás, lo que se experimenta es el cambio de identidad de la Ciudad del Acero a la Ciudad de la Fe. La identidad es todo aquello que distingue a una persona o lugar frente a los demás. Según Vilar y Vidal, *“toda formulación de la identidad, considerada una construcción social y un hecho dinámico, es una versión posible de esa identidad y esta versión necesita de referentes patrimoniales que actúan como representaciones simbólicas”*.<sup>64</sup> A raíz de esta cita, se puede concluir que la Virgen María en su aparición es un gran referente patrimonial del lugar, y se asienta con la construcción del Santuario en El Campito, a orillas del Río Paraná.

La Ciudad del Acero no se podrá olvidar porque fue y es historia, pero la mayoría de los residentes no suelen sentirse identificados como ciudad con ese mote, ya no. La gran mayoría se refiere a la existencia de una minoría, que son las personas de tercera edad. Trabajaban en SOMISA, crecieron económicamente, la ciudad les dio la oportunidad de vivir y la fábrica siderúrgica la posibilidad de sentirse dignos al formar parte del mercado laboral. Según Almirón, Bertocello y Troncoso, *“la selección de determinados elementos*

---

<sup>62</sup> Pérez, C. Soy tu Madre: Visión testimonial del acontecimiento mariano. Centro de Difusión del Santuario de la Virgen del Rosario. 2007

<sup>63</sup> Prats, L. El Concepto de Patrimonio Cultural. Barcelona. 1998

<sup>64</sup> Vilar, L y Vidal, G. Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad. 2000

*con el fin de ser patrimonializados implica que otros son descartados u olvidados... ”.*<sup>65</sup> Se relaciona con la selección del patrimonio religioso, que implicará el olvido o el descarte identitario de la Ciudad del Acero.

El suceso mariano se difunde primero localmente, mediante una noticia del diario nicoleño El Norte. Va tomando importancia a nivel nacional cuando el presbítero Carlos Pérez que escuchaba los testimonios de Gladys, decide contarlo a la Diócesis de San Nicolás. Este acontecimiento fue una causa de total imaginación por parte de todos los sectores involucrados. Por un lado, se podía pensar a la religión como trabajo frente a la ciudad que comenzaría con la crisis post privatización de SOMISA, y por otro se tomaría como una contención a una sociedad que se veía y presumía mal anímicamente.

En relación al proceso de activación del nuevo patrimonio religioso, Prats sostiene que el proceso es llevado a cabo por *“individuos concretos, al servicio, más o menos consciente, de ideas, valores e intereses concretos, aunque mediante la imagen del sujeto colectivo se pretendan naturalizar dichos procesos”*. Es decir, son los poderes políticos o grandes sectores económicos los actores principales que llevan adelante un proceso de activación patrimonial, ya que tienen poder público y económico, frente a la comunidad local. En el caso de las visiones de Gladys, fue la Iglesia la que se apropió del acontecimiento y decidirá cómo implementarlo, luego de, obviamente, ser aprobado por la Congregación para las Causas de los Santos.

Analía Rodil afirma que *“el fenómeno religioso construye un tercer espacio en San Nicolás”*.<sup>66</sup> Cuando la Iglesia considera como legítimas las visiones de Gladys, mediante la aprobación de la Municipalidad pone en marcha la construcción del Santuario en el barrio humilde de El Campito, antiguo barrio con calles de tierra que había sido removido durante la dictadura. El 25 de Agosto de 1985 por medio de una Ordenanza, el Municipio de San Nicolás donó esos terrenos de El Campito para la construcción de lo que sería el futuro Santuario. Así, la Iglesia y el Municipio se convirtieron en los actores principales de activación del nuevo patrimonio y serán los portavoces del nuevo patrimonio que posteriormente será interpretado por la comunidad local. La construcción del Santuario se debió al pedido de María a Gladys, señalándole con un rayo de luz el lugar exacto en donde quería asentarse.

Según Vilar y Vidal, el patrimonio se puede interpretar de tres maneras distintas:

- Interpretación emocional

---

<sup>65</sup> Bertonecello, R. Turismo y territorio: otras prácticas, otras miradas. Universidad de Mar del Plata. 2002

<sup>66</sup> Rodil, A. El Fenómeno religioso y la reconfiguración urbana de San Nicolás de los Arroyos. 2003



- Interpretación ideológica
- Interpretación instrumental

En el caso del patrimonio religioso se puede interpretar de manera ideológica. Esto es *“toda integración en una explicación relevante de la nación, la etnia, de la religión, y todo lo que depende de lo simbólico de la convicción, de la fe, aunque presente aspectos contradictorios minoritarios”*. Los residentes interpretaron de esta manera el nuevo patrimonio de la ciudad, como también de manera emocional, teniendo en cuenta la crisis que se vendría. En 1985 el presidente Ricardo Alfonsín intentó privatizar SOMISA.

Prats caracteriza el contexto social como un factor clave para la activación patrimonial. Existían aires de privatización de lo que fue una de las fábricas nacionales más importantes y en la que trabajaban más de 11 mil empleados, por lo que la comunidad local por aquel entonces pudo haberse refugiado bajo la fe cristiana.

Todos estos hechos traen como consecuencia la idea de incentivar por primera vez el turismo religioso en la ciudad. De a poco comenzaron a aparecer los primeros puestos de venta ambulante, santería oficial del Santuario (mientras, se estaba construyendo), librerías católicas y alguna cabina de información turística. A todo esto se le sumó la creación de la Comisión Pro-Templo integrada por representantes de la Iglesia Católica local. El organismo se encarga hasta hoy en día de manejar los fondos aportados para la construcción del Santuario y se encuentra presidido por el actual rector del Santuario, el Pbro. Carlos Pérez, el mismo que escuchó las visiones de Gladys. Se decidió que los aportes para la construcción serían de carácter anónimo y que el Santuario únicamente se construiría con donaciones de los fieles y peregrinos-turistas.

En la década de 1990 la ciudad experimentaba un alto proceso de cambio. Ya con la siderúrgica privatizada y el personal reducido de 11 a 5 mil, el nuevo patrimonio religioso potenciado por los medio de comunicación estaba en su apogeo. Al ser un impacto de último momento en el país, en un día se registraron más de 700 mil habitantes, según Santiago Chervo, museólogo de la ciudad. Nunca se había contado con tanta gente en el lugar. A raíz de esto, se señaló toda la zona, se remodelaron los pocos espacios verdes, y se crearon sitios para la estancia de peregrinos, como lo es La Casa del Peregrino, en la calle Sarmiento frente a la entrada al Santuario.

Al llegar cada vez más visitantes a la ciudad, principalmente los días 25, el Municipio comenzó a ver la beta turística a la situación. Del nuevo patrimonio cultural-religioso se podría sacar provecho económico de los turistas que llegan a la ciudad, con el objeto de dejar una ganancia superior a la comunidad local y generar más empleo. Para Viral y Vidal,

*“El patrimonio cultural es concebido como el punto de partida de todo el proceso que lleva hasta la concepción y el desarrollo del producto turístico cultural, y su consecuente conversión en oferta”.* Esto es, en base a María y el Santuario, generar más productos complementarios, como restaurantes, hoteles y comercios y mejorar los accesos a la ciudad. Luego sucedería la creación del Ente Mixto de Promoción Turística y todas sus funciones, como se explicó anteriormente.

Finalmente, hasta el día de hoy, la ciudad de San Nicolás es incluida como uno de los centros religiosos más importantes del país, e incluida por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires en los principales destinos de turismo religioso de la Provincia, y promocionada por ésta en varios medios de comunicación. En Junio de este año, se llevó a cabo por primera vez en la historia de la ciudad el encuentro de la Comisión Nacional de Turismo de la Fe, con la sede en la nueva Cámara de Hoteles de San Nicolás. Durante el encuentro, se planteó la creación de una Comisión Latinoamericana de Turismo Religioso y junto con otros representantes de ciudades con templos o santuarios como lo son Victoria, Rosario y San Lorenzo y se llegó a un acuerdo de incluir a San Nicolás en un circuito interprovincial para una modalidad de viaje motivada por la búsqueda espiritual, la fe, y el interés por conocer el patrimonio religioso y el arte sacro. El circuito incluiría obviamente el Santuario Virgen María del Rosario, la Basílica Nuestra Señora del Rosario en la ciudad homónima y junto con otros seis templos, la Abadía del Niño Dios y la Parroquia Nuestra Señora de Aránzazu en la ciudad de Victoria provincia de Entre Ríos y el Convento San Carlos en la ciudad de San Lorenzo, provincia de Santa Fe. Además se evalúa la posibilidad de incluir a la ciudad de Pergamino en donde se encuentra la tumba de la Hermana Crescencia Pérez, una monja nacida en Buenos Aires que se atribuyen muchos milagros y su tumba es centro de peregrinación de cientos de fieles que veneran sus restos.

Como resultado de todo este nuevo fenómeno, el turismo religioso comenzó a apropiarse de la imagen de la ciudad, con la Virgen María y el Santuario, y la ciudad de SOMISA se va olvidando de a poco, aunque no se debe dejar de lado a algunos pocos que añoran esa época y no ven con buenos ojos una gran afluencia de fieles a una ciudad que siempre fue tranquila. La Ciudad del Acero fue reemplazada por la “Ciudad de María” o “Ciudad de la Fe”, y dio lugar y puesta en valor al Santuario María del Rosario de San Nicolás, generando al lugar una nueva identidad en la historia, hasta el día de hoy.



*Actual domicilio de la vidente Gladys Quiroga de Motta. En la puerta de entrada se encuentra un buzón de gran tamaño donde muchos fieles le escriben cartas para que interceda ante la Virgen María.*

Fuente: Propia.

## **CUARTA PARTE**

### **CAPITULO 7:**

## **ANÁLISIS DE DATOS**

## **ANÁLISIS DE ENCUESTAS A VISITANTES**

Las encuestas a visitantes fueron difíciles de realizar ya que se efectuaron los días martes 2 y miércoles 3 de Septiembre y no se apreció mucha afluencia de turistas, aunque en un punto fue favorable, porque la poca gente que había tanto en el Santuario como en la zona céntrica fue muy dada y predispuesta a contestar las preguntas que no demoraron más de 5 minutos por persona.

Se decidió dividir la encuesta a visitantes en dos secciones. La primera se debe contestar completa ya que trata sobre datos demográficos, motivo, estadía y preguntas varias. La segunda sección se debería completar únicamente a los visitantes que se encontraban dentro del predio El Campito, en el Centro de Difusión o bien en los comercios de ventas de artículos religiosos. De lo contrario, a los turistas encuestados en otra parte de la ciudad no se les realizó esta parte, ya que probablemente no visitaron la ciudad por un motivo religioso.

Se tomó una muestra de 24 personas, de las cuales 16 fueron encuestadas en el predio El Campito, próximos al Santuario. A continuación se detalla en análisis de las preguntas realizadas en cada sección.

NOTA: todas las encuestas fueron iniciadas con la siguiente introducción:

*“Buen día / buenas tardes, mi nombre es Gonzalo y soy alumno de cuarto año de la Universidad Abierta Interamericana de la carrera Lic. En Turismo y estoy realizando una investigación para conocer el perfil, motivaciones y su nivel de satisfacción en relación a su experiencia vivida en esta ciudad. Agradecería su respuesta para conocer sus opiniones. La encuesta es anónima y sólo demorará unos minutos.”*

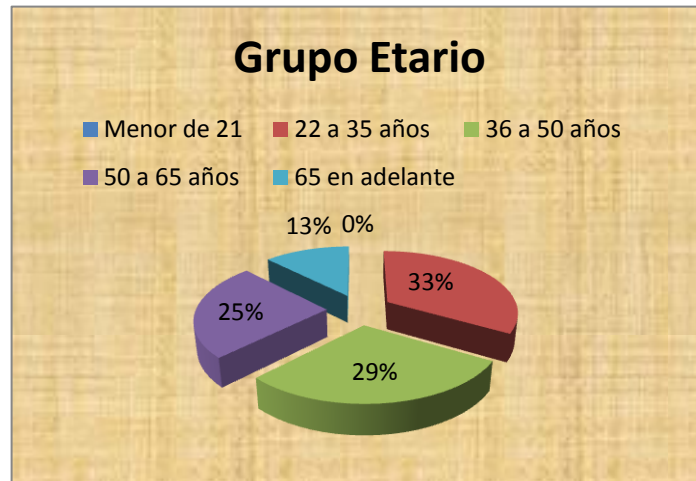
### **Sección 1:**

1)



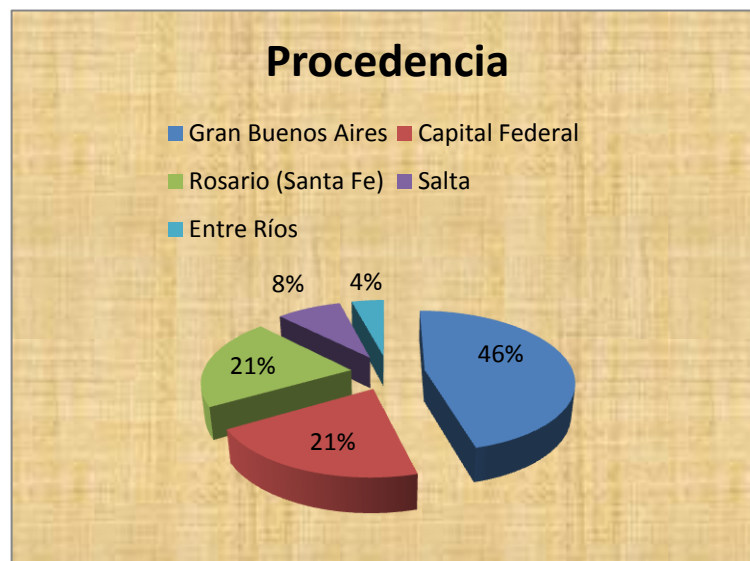
La mayor parte de visitantes encuestados muestra una amplia mayoría del sexo femenino por sobre el masculino. Se contabilizaron 15 mujeres formando un 62%, y hombres es decir un 38%

2)



En cuanto al grupo etario encuestado, el 33% forma un rango de 22 a 35 años, el 29% entre 36 y 50 años, el 25% entre 50 a 65 años y el 13% de 65 años en adelante. No se pudo encuestar a visitantes con menos de 21 años de edad. A simple vista, no se encontró mucha población de ese rango en la ciudad, menos en el Santuario.

3)



La mayor cantidad de turistas proviene de la Provincia de Buenos Aires de lugares como Quilmes, Bernal, Wilde, Ramos Mejía, Ezeiza, Pergamino, Campana, entre otros. En segundo lugar se reparte entre Capital Federal y Rosario, provincia de Santa Fe. Además se captaron turistas de Salta capital y Gualeguaychú, provincia de Entre Ríos.

4)



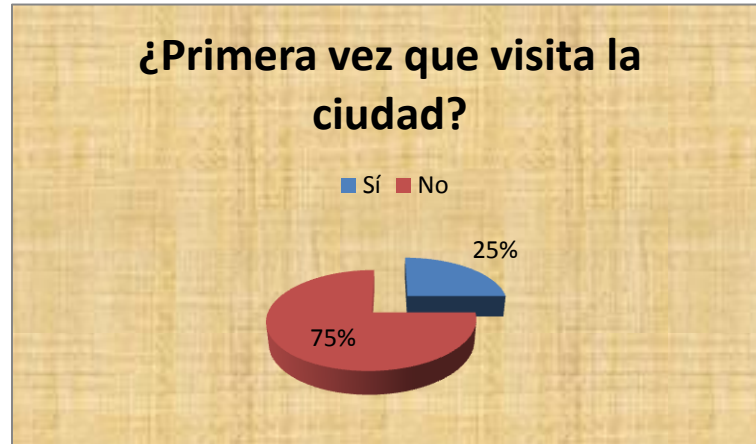
La gran mayoría de los visitantes de San Nicolás son jubilados y en el segundo gráfico se registran un gran número de personas de 50 años en adelante. La mayoría de jubilados fueron encuestados en la zona de El Campito, por lo que se estima que gran parte del turismo religioso en la ciudad es realizado por personas de tercera edad. En segundo lugar se reparte en igualdad estudiantes universitarios y empleados. Entre un rango de 22 a 50 años principalmente, parejas muy jóvenes que visitaron San Nicolás en un solo día o padres de familia que todavía se encuentran activos en el mercado laboral.

5)



De los 24 encuestados, 20 personas llevaban horas en la ciudad, mientras que las otras cuatro personas ya estaban hace un día. Se tendrá muy en cuenta en una próxima pregunta si el visitante pernoctó o tenía pensado hacerlo.

6)



Las tres cuartas partes de los encuestados ya habían visitado San Nicolás alguna vez.

7)

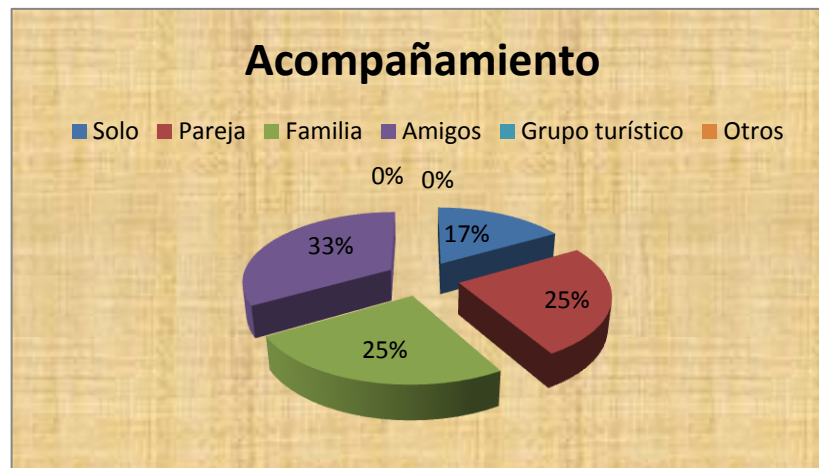


De esas tres cuartas partes que ya conocían la ciudad, como se ve en el gráfico anterior, el 75% la visitó más de cinco veces, mientras que el 17% y el 8% tres y dos veces, respectivamente. Casi la totalidad de los encuestados que visitaron más de cinco veces la



ciudad, se encontraban en la zona del Santuario. Esto quiere decir que los turistas que se aproximan a la ciudad con fin religioso, conforma un turismo fiel. Esto se refleja en los principales destinos religiosos del mundo como por ejemplo Lourdes y Santiago de Compostela, en donde los fieles todos los años peregrinan al mismo lugar.

8)



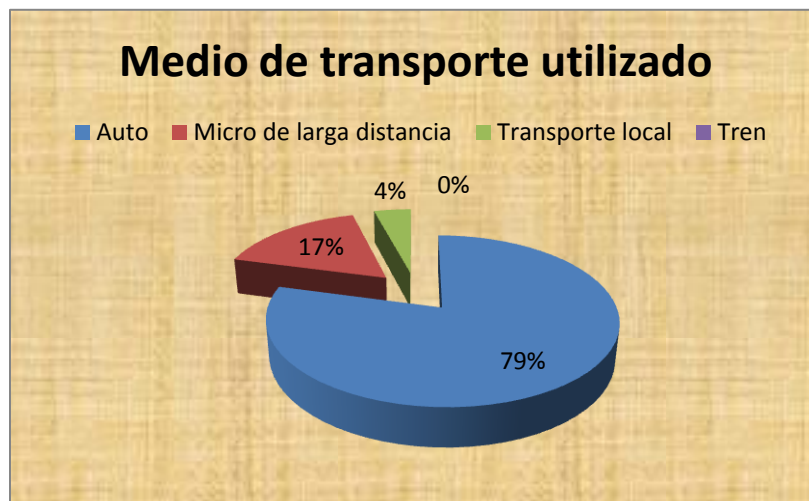
En cuanto a la conformación de los grupos de viajes, las categorías que conforman el gráfico son muy similares. El 33% visita la ciudad con amigos, mientras que un 25% lo hace con familiares o en pareja. El 17% corresponde a visitantes que se encontraban solos y efectivamente llegaron a la ciudad sin acompañamiento. Fueron 4 personas de 24 que viajaron solas y esas encuestas se hicieron un poco más extensas debido que contaban con más tiempo para dar opiniones. Ningún visitante integró un grupo turístico ya que las encuestas se realizaron durante dos días se semana y los viajes organizados por lo general se realizan principalmente domingos o los 25 de cada mes.

9)



En total fueron 13 personas las que llegaron a la ciudad por motivos de ocio y recreación y fueron mayoría, conformando el 54% de los encuestados. En segundo lugar, fueron 10 personas las que se acercaron por motivos religiosos a rendirle culto a la Virgen, visitar el Santuario, comprar artículos religiosos en el Centro de Difusión o en puestos de venta ambulante, y a llenar botellas vacías de agua bendita apenas se ingresa al predio por la calle Sarmiento, de la mano izquierda. Una sola persona llegó a la ciudad por cuestiones de trabajo, mientras que ninguna lo hizo por incentivación histórica-cultural.

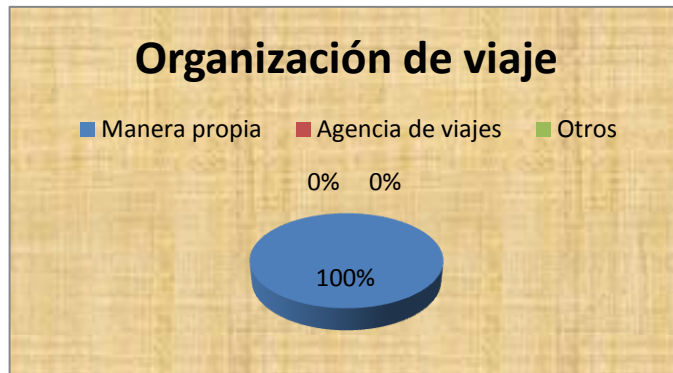
10)



El 79% de los encuestados arribó a la ciudad en vehículo siendo este el medio de transporte más utilizado por los turistas. La ciudad en día de semana se considera tranquila y los turistas parecen saberlo. Pueden transitar tranquilamente la ciudad con su auto durante todo el día, tal vez optar por pernoctar y retirarse al día siguiente. Sólo 4 personas llegaron por

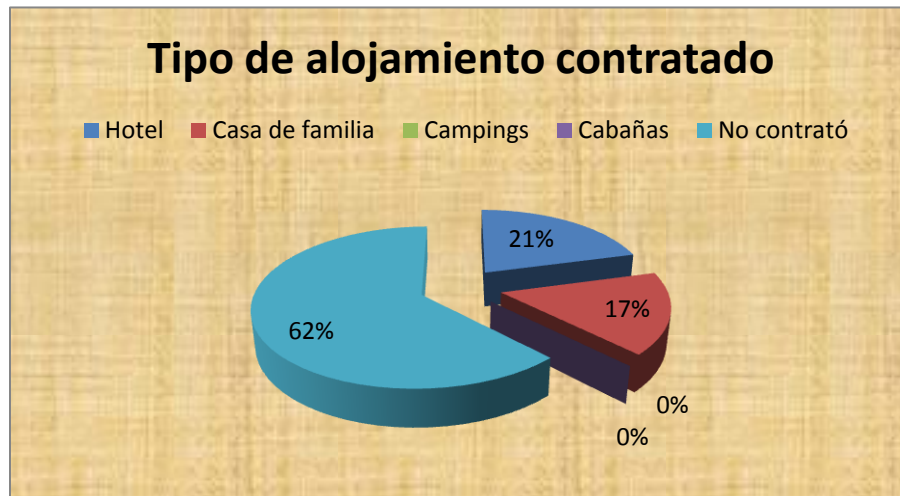
medio de micros de larga distancia. Estos no ingresaron a la ciudad, sólo hicieron su parada en el Parador de San Nicolás. Y la única persona proveniente de Villa Constitución que viajó a la ciudad por transporte público local, ingresó al centro de la ciudad. La empresa operadora del servicio local es Vercelli Hnos.

11)



La totalidad de los turistas que visitaron San Nicolás organizaron su viaje por cuenta propia. Se estima que las agencias de viajes del país no organizan viajes en gran cantidad a la ciudad y menos los días de semana.

12)



Este gráfico destaca la importancia de un aporte económico a la ciudad principalmente al sector hotelero y permite saber también si los turistas en su mayoría visitan la ciudad en un día. 15 personas forman el 62% de las que no contrataron servicio de alojamiento y casi no

existe beneficio económico. Si el turista pernocta, tal vez cene en un restaurant y adquiera más servicios y más ganancias a los comerciantes turísticos. Sólo 5 personas que conforman el 21% de los encuestados se alojaron en hoteles y el resto pernoctaba en casas de familiares.

13)



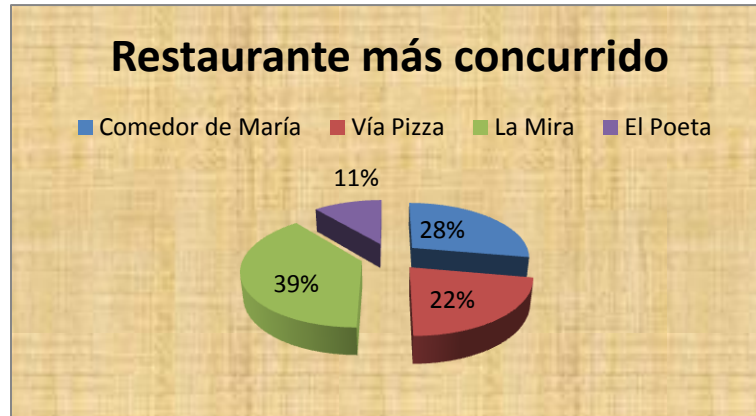
Los encuestados que se alojaron en hotel o tenían pensado dormir esa noche, catalogaron al alojamiento como BUENO. Todos se alojaron en categorías 3 estrellas, buscando la sencillez para pasar una sola noche. Se destacó la atención recibida y cordialidad por parte del personal hotelero en su totalidad.

14)



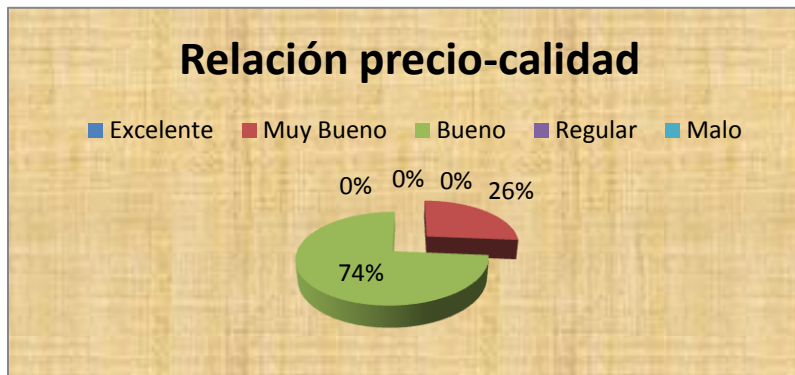
De 24 encuestados, 19 acudieron a un restaurant o resto bar a almorzar, cenar o incluso a merendar. Gran parte de los que no visitaron es porque estaban alojados en casas de familia.

15)



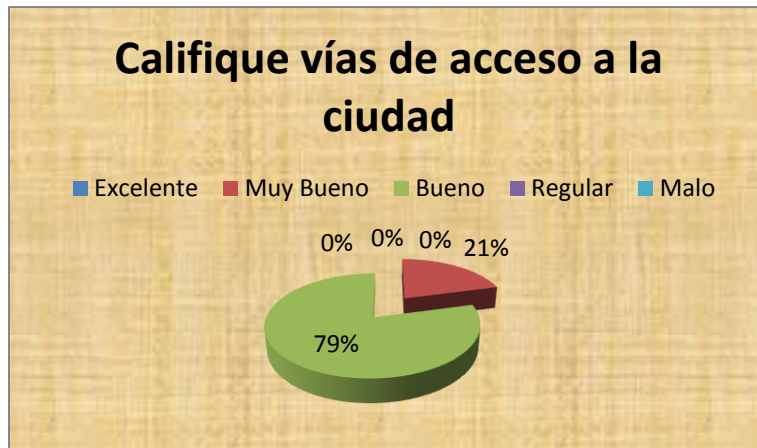
Era de suponerse que el restaurante más concurrido de la ciudad es La Mira. El lugar más frecuentado por turistas y hasta por residentes. Se encuentra ubicado en la Peatonal frente a la Plaza Mitre, corazón de la ciudad. Su infraestructura moderna invita a las personas a visitar el establecimiento, y puede pasar como un atractivo. Un 39% se dirigió a ese restaurante, mientras que en segundo lugar con un 28% se encuentra el Comedor de María, un restaurante frente al Santuario ubicado en la calle Viale. Es de lo más económico de la zona y la mayoría de los peregrinos acuden a él principalmente a almorzar, para luego volver al Santuario. Vía Pizza se destaca por su variedad gastronómica y ocupa el tercer lugar, mientras que con un 11% se encuentra El Poeta, competencia de La Mira, ubicado al lado de éste.

16)



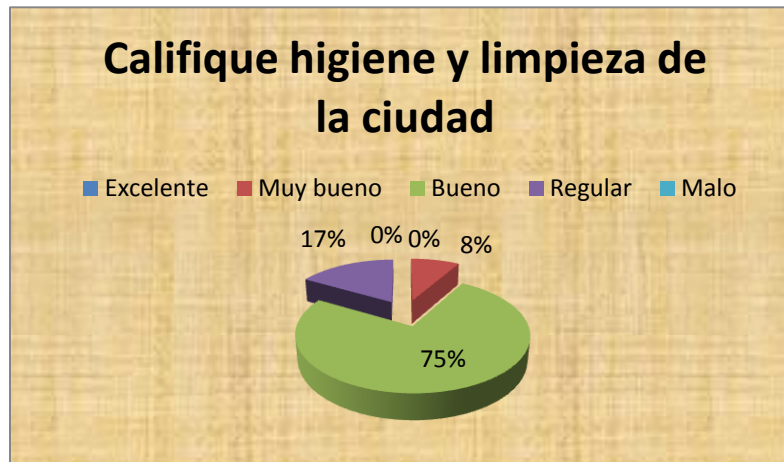
En cuanto al precio en general, la mayor parte de los turistas que visitó un establecimiento gastronómico lo catalogó como BUENO. Cuando se hizo esta pregunta, muchos de ellos dijeron que el precio era muy elevado pero por la calidad de la comida, la atención recibida y el estado de la infraestructura del lugar, lo termina validando.

17)



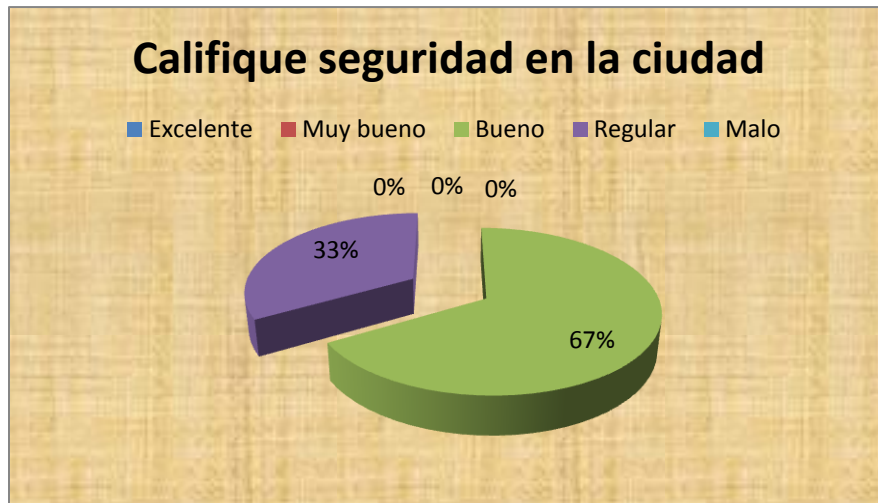
El 79% de los encuestados manifestó su aprobación a las vías de acceso a la ciudad. Tanto la RN N°9 y la RN N° 188 se encuentran en excelentes condiciones, bien señalizadas y al cien por ciento pavimentadas. El acceso por la avenida Perón que es la puerta de entrada principal a la ciudad es totalmente nuevo ya que fue una obra pública impulsada hace unos meses atrás.

18)



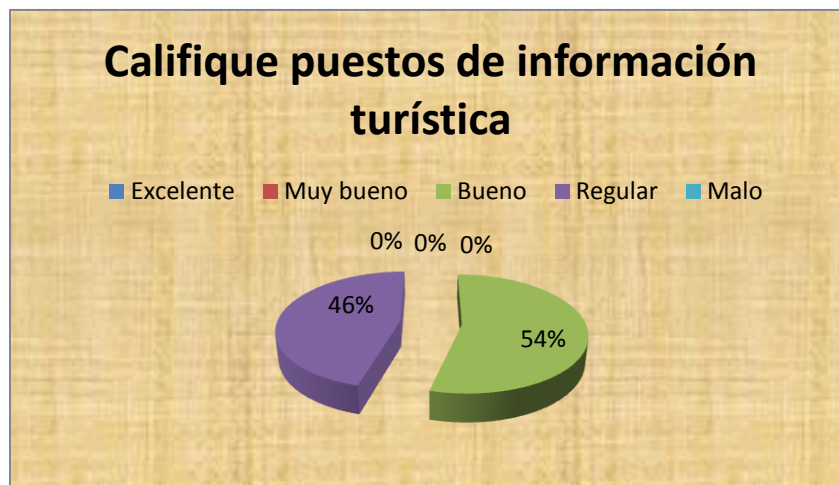
18 turistas mostraron su visto BUENO en cuanto a la higiene y limpieza de la ciudad. La realidad es que en la zona céntrica principalmente en la Plaza Mitre y Catedral todo se encuentra en orden y limpio, pero llegando al Santuario sucede todo lo contrario. Todas las personas que calificaron de MUY BUENO, no se encontraban en las zonas próximas al Santuario. Por otro lado, 4 personas calificaron de forma REGULAR.

19)



El 67% de los ciudadanos se sintió seguro, pero en los mayores casos esto se afirmó con ciertas dudas. Es muy importante considerar el alto porcentaje de la categoría REGULAR (33%). A una cuadra del Santuario se encuentra una villa miseria que aunque es muy pequeña, los residentes comentan que los delitos provienen de allí, por “suposición y lógica”. Luciano Pastocchi, ahora Concejal por el Frente Renovador, comentó que la tasa de inseguridad se incrementó un 20% en el último año.

20)

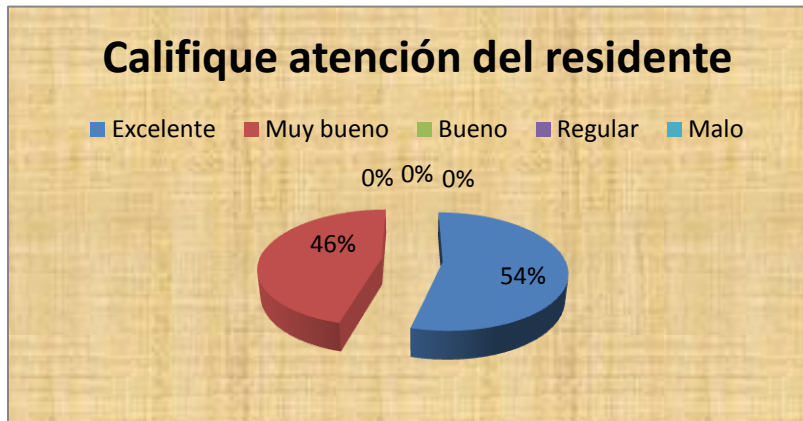


En cuanto a los puestos y oficinas de información turística, el 54% que corresponde a 13 personas dijeron que el servicio es bueno al llegar a la terminal pero que faltan más oficinas y cantidad de empleados, porque tuvieron que aguardar por la atención varios minutos. Y los turistas que calificaron como REGULAR, en su mayoría habitué de la ciudad, dicen no



coinciden con la idea que debe haber una sola oficina. Comentaron que anteriormente existía una en el centro, otra en el Santuario y la última a 3 cuadras del mismo, y hoy ya no existen más.

21)



Cada vez que se hizo esta pregunta, la respuesta no era menos que muy buena atención. Como lo representa el gráfico, el 54% de los turistas opinan que la atención recibida por parte del residente es EXCELENTE y el 46% restante MUY BUENO, lo que presupone que además de ser el nicoleño naturalmente amable y cordial, en su mayoría apoya al turista y no tiene muchas diferencias para con ellos.

## **Sección 2:**

En esta sección como se explicó anteriormente, se procesarán las encuestas únicamente a los turistas que se encontraban en el predio El Campito, o en los comercios alrededor del Santuario de la Virgen y tratan exclusivamente el aspecto religioso. De los 24 turistas encuestados, 16 se encontraban allí.

No todas las preguntas que se realizaron se pueden representar gráficamente ya que algunas de ellas son abiertas y es muy difícil contabilizar, ya que la observación del encuestado es muy subjetiva y es muy poco probable que coincidan en ciertos casos. El encuestado se explora y desarrolla ideas en sus respuestas.



1)

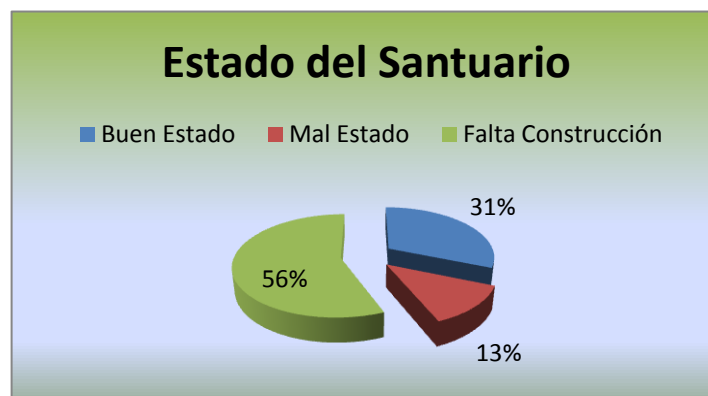


Las tres cuartas partes de los visitantes encuestados no era la primera vez que visitaban el Santuario, principal atractivo de la ciudad. La mayoría de ellos ya habían estado más de cinco veces.

2) **¿Qué expectativas tiene acerca de esta visita?**

La respuesta a esta pregunta tuvo mucho que ver con el gráfico anterior. La persona que visitó al Santuario más de cinco veces, comentó que sus expectativas eran ver a la Virgen y viajaban desde lejos para agradecer todo lo que le brindó durante el año, o por los favores concedidos. Otros, aunque en menor cantidad, llegaron al Santuario para hacerle una petición a María. En la mayoría de los casos estas peticiones se relacionan con cuestiones de salud principalmente, y trabajo. El 25% de los visitantes que ingresaron por primera vez, llegaron exclusivamente para conocer el edificio y llevarse algún recuerdo.

3)



Sólo dos personas coincidieron que se encuentra en mal estado representando al 13%. La mayoría (56%) conoce al Santuario de hace años y piensa que se encuentra en buen estado y se avanzó mucho en su construcción pero insiste que falta bastante para su finalización. Por otro lado, el 31% opina que se encuentra en buenas condiciones para recibir al peregrino y destaca la limpieza y los nuevos accesos, entre otros.

4)



El 75% respondió que sí conoce otros atractivos. Entre estos destacaron por mayoría la Plaza Mitre y Peatonal, donde se encuentran el restaurante La Mira y la Catedral de la ciudad, el nuevo Paseo Costanero, la Casa del Acuerdo, y el Parque y Teatro Rafael de Aguiar. El 25% que en su mayoría era su primera vez que visitaban la ciudad, no conocían otros atractivos.

5)



Las 16 personas respondieron con un sí, la pregunta de recomendación de visita al Santuario. Algunos argumentaron que se debe visitar ya que es un milagro, otros que es muy importante a nivel nacional y es un edificio que debe conocerse, y hasta no creyentes que lo consideraban importante porque es lo que destaca a San Nicolás como destino turístico. Se puede presumir que los visitantes que recomiendan la visita, luego mediante el *boca en boca* promocionarán y darán el visto bueno a esta visita, lo que posiblemente genere más afluencia de turistas.

**6) ¿Conoce algún otro centro de peregrinación en el país o en el mundo? ¿Cuáles?**

Todos los encuestados afirmaron que conocen otros centros de peregrinación. El más nombrado a nivel nacional fue Luján y se sabe que es el más visitado del país. Además agregaron a la Virgen del Milagro en Salta, y al Gauchito Gil, aunque es una creencia popular. En cuanto al ámbito internacional, nombraron a Lourdes y Santiago de Compostela como los más importantes, pero también nombraron al Vaticano, Jerusalén, la Virgen de Fátima en Portugal, Virgen de Guadalupe en México y Asís en Italia.

**ANÁLISIS DE ENCUESTAS A RESIDENTES**

Las encuestas fueron realizadas durante los días 2 y 3 de Septiembre de 2014, y se logró encuestar a 35 personas. Antes de llegar a la ciudad, un objetivo planteado fue tratar de encuestar a comerciantes turísticos, es decir que estén meramente relacionados con la actividad, y residentes que tengan una relación indirecta, como expresa Sergio Molina.

También se buscó encuestar a personas de tercera edad, ya que ellos experimentaron la época de esplendor de la metalúrgica SOMISA (Sociedad Mixta Siderúrgica Argentina), ya que se prevé que la vida de los residentes en ese tiempo sería muy distinta a la actual, a la de la “Ciudad de la Fe”

Además, de antemano se planeó dejar encuestas en algunos comercios durante el martes 2 de septiembre y retirarlas el día miércoles 3, como un método de ayuda para obtener más encuestados y más información. Se supone que el comerciante tendría un momento libre del día para completar las preguntas y tal vez más gente que trabaje con ellos dentro, por eso se entregaron varias encuestas por comercio. En todos los casos se recibió amabilidad y predisposición por parte de ellos, y accedieron a completarlas.

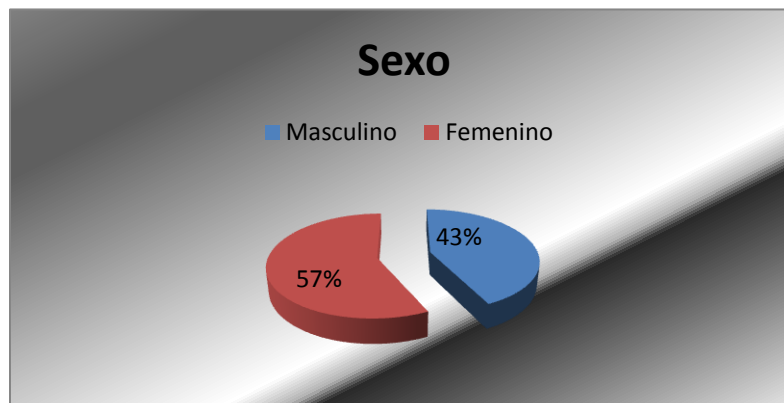
Los encuestados relacionados indirectamente con el turismo, la mayoría fueron encuestados en Plaza Mitre y en un radio céntrico.

El objetivo principal de la encuesta a los residentes es conocer su opinión acerca de la actividad turística en la ciudad, si trae beneficios, si son conscientes de lo que significa la el fenómeno turístico, y si hay diferencias o rechazos al turista que llega a la ciudad. Además, se obtendrán más datos acerca de la participación de la Subsecretaría de Cultura y Turismo para con los residentes y el turismo en sí.

NOTA: Todas las encuestas fueron iniciadas con la siguiente introducción.

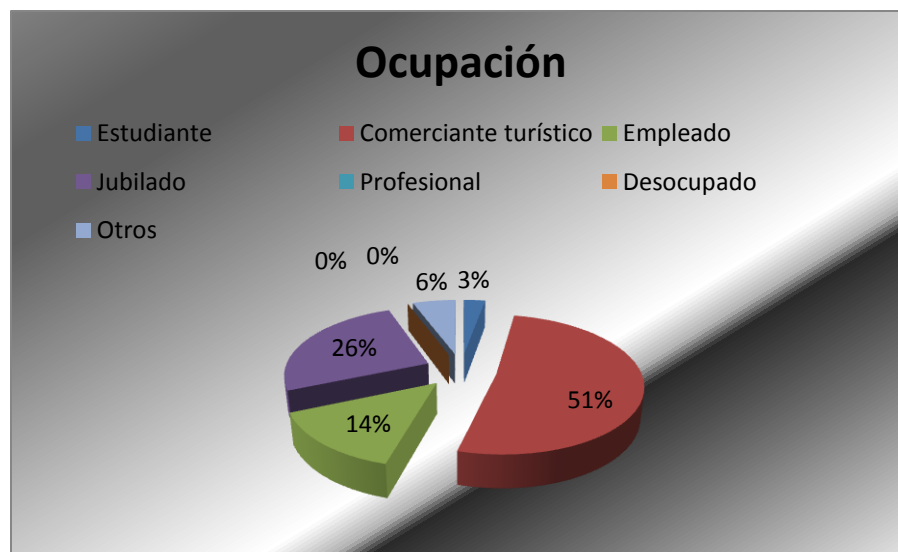
*“Buen día / buenas tardes, mi nombre es Gonzalo y soy alumno de cuarto año de la Universidad Abierta Interamericana de la carrera Lic. En Turismo y estoy realizando una investigación para conocer lo que significa la actividad turística en la ciudad para usted residente y su relación con los visitantes. Agradecería su respuesta para conocer sus opiniones. La encuesta es anónima y sólo demorará unos minutos.”*

1)



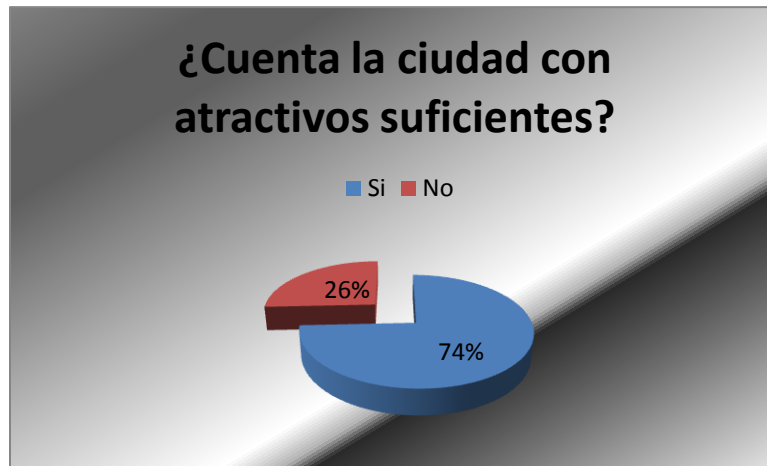
La mayoría de los residentes encuestados (57%) corresponden al sexo femenino, mientras que el 43% restante es de sexo masculino.

2)



18 de los encuestados (51%) se encuentran directamente relacionados a la actividad turística, ya que son propietarios de comercios en donde se vende todo tipo de artículos religiosos a los turistas y peregrinos. Afiches, rosarios, estampas, esculturas y objetos con imágenes de la Virgen María son los más requeridos. Otros pocos residentes que se incluyen dentro de esta categoría de comerciantes turísticos son los vendedores ambulantes ubicados sobre la calle Sarmiento, a metros de la entrada al Santuario. En segundo lugar se ubica el residente de tercera edad con la categoría Jubilado representando el 26%, que sus aportes se consideran determinantes al momento de hablar sobre generaciones de la ciudad, como se explicó anteriormente. Luego se encuestaron empleados y estudiantes con un 14% y 3% respectivamente. Por último, la categoría Otros que representa el 6%, se trató de dos personas de sexo femenino que son amas de casa.

3)



El 74% de los encuestados afirmó que San Nicolás cuenta con atractivos suficientes para atraer y captar más turistas, mientras que el 26% restante opinó lo contrario. El porcentaje inferior, en su mayoría, durante la encuesta dijo que San Nicolás únicamente se destaca por el Santuario y la Virgen.

#### 4) ¿Cuáles son los más visitados?

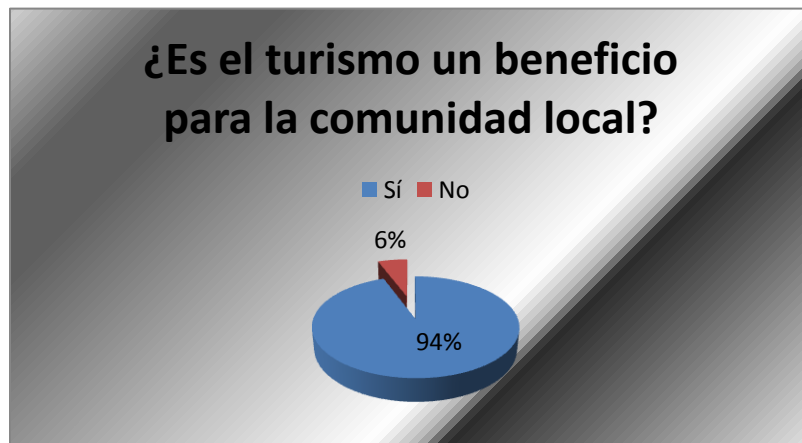
Resulta evidente que el 26% de los residentes que muestra el gráfico anterior, dijeron que el más visitado y el único es el Santuario de la Virgen. Por el otro lado, el 74% también afirmó que el Santuario es el atractivo más visitado de la ciudad pero dio más detalles y opinó que la ciudad cuenta con más atractivos. Uno de ellos es el Paseo Costanero que la Municipalidad lo construyó nuevo y es un muy buen espacio para relajarse y disfrutar del sol y estar a orillas del Río Paraná. Además la plaza principal, en pleno centro no deja de ser un atractivo ya que es el lugar que cuenta con la combinación antigua y moderna de la ciudad, desde la Catedral de 1748 y el Restaurante La Mira. Por último no dejaron de mencionar la Casa del Acuerdo, tercer museo de importancia del país, y el Teatro y Parque Rafael de Aguiar, teatro cultural por excelencia y el espacio verde y natural más grande de San Nicolás.

#### 5) Según su opinión, ¿cuál es el más importante? ¿Se encuentran en buen estado de conservación?

En esta pregunta el atractivo más nombrado fue el Santuario de la Virgen. En segundo lugar el nuevo Paseo Costanero y la Casa del Acuerdo. En cuanto al estado de conservación, el Paseo Costanero se encuentra en óptimas condiciones ya que su construcción es muy reciente. La Casa del Acuerdo depende de la Nación, por lo que se encuentra en perfecto estado y recibe apoyo económico constantemente y además cobra una entrada de \$20.

Muchos de los residentes se mostraron dudosos acerca del estado del Santuario. En su mayoría, opinaron que es una obra que parece estar en construcción, faltando pintura y revoque exterior, y otros dijeron que se encuentra en buen estado y destacaron su limpieza

6)



33 fueron los residentes que afirmaron que el turismo genera un beneficio económico para la ciudad. La razón principal de esto, es que la actividad es una fuente generadora de empleo. Muchos también opinaron que la actividad turística implica la construcción de más hoteles, restaurantes y negocios y esto, como se menciona anteriormente, es una salida laboral para los nicoleños. Unos pocos expresaron cierto orgullo, ya que dijeron que el turismo hace famosa a la ciudad y es un rasgo distintivo de los otros municipios aledaños.

#### 7) ¿Qué mejoras se lograron a partir de la llegada de turistas a la ciudad?

Al optar el 94% por la afirmación que el turismo trae beneficios, contestaron en esta pregunta cuáles fueron y las mejoras que por él contrajo la ciudad. En primer lugar, todo lo que tenga que ver con obras públicas. El Municipio finalizó las obras que llevaban varios años paradas o postergadas y construyó muchos más. Se mejoró todo tipo de infraestructura y alumbrado en las calles. Se pavimentaron más de 1100 cuadras en estos últimos cuatro años, y se ve una ciudad más limpia, principalmente en el centro, y es la realidad comparada con años y décadas atrás. Además destacaron la apertura de más negocios, mejora de plazas y parquización definitiva de El Campito. Y por último, algunos ven bien la llegada de más gente cuando siempre fue una ciudad tranquila, y esto genera solidaridad entre las partes.

Hay que destacar que durante esta pregunta cuando se detallaron las mejoras de obras públicas, muchos residentes no creen que se hayan realizado a causa del turismo, sino por proyecto y campaña política.

8)



En cuanto a la posible existencia de diferencias entre turistas y residentes, el 51% describió que la presencia del turista no los molesta. En caso contrario, el 49% explicó las diferencias que pueden existir en esa relación. En primer lugar la gran cantidad de personas que llegan a la ciudad. En tiempos de SOMISA, San Nicolás era un lugar muy tranquilo y era “ciudad de residentes”. A raíz de la gran masa de gente que llega principalmente los días 25, genera impactos medioambientales como acumulación de residuos y olores putrefactos. La contaminación acústica es otro motivo de rechazo a turistas, representando el ruido un gran problema para los residentes principalmente para la gente mayor. Los jubilados por su parte, tal vez añoran la ciudad en tiempos de SOMISA en donde no había el movimiento que se ve hoy. El 51% que fomenta la buena relación con turistas dice que éstos son muy bienvenidos porque dejan donaciones en el Santuario para poder finalizar su construcción.



9)



26 residentes afirmaron que la Municipalidad no tiene ningún tipo de relación con ellos. En el caso de comerciantes y vendedores ambulantes, la Subsecretaría de Cultura y Turismo se acerca a ellos sólo en las fiestas del mes de Mayo y Septiembre, consultando acerca de cantidad de visitantes y controlando que los puestos ambulantes estén al día con sus permisos según la Ordenanza N° 5145, hoy vigente.

En cuanto a la promoción turística sucede algo parecido. Anteriormente había más afiches del ya disuelto Ente Mixto de Promoción Turística y cerraron varias oficinas. El resto de las personas comentó que el Municipio promociona bastante la fecha del 25 de Septiembre y únicamente lo que tiene que ver con turismo religioso.

10)



La totalidad de los residentes encuestados recomendó visitar San Nicolás. Una buena manera de hacerlo, según ellos, es visitando por el día el Santuario y otros lugares de la ciudad. La consideran excelente para disfrutar un día de descanso. También mencionaron el Río Paraná y todas las actividades que se pueden realizar en él, desde paseos en lancha hasta pesca deportiva, contando con muchas opciones para la demanda exigente. Muchos de ellos comentaron que hay que visitarla porque está “bendecida por la Virgen María”, por ende es un lugar milagroso.

Por último agregaron que es una ciudad “linda, divina y única” y uno de ellos dijo que el lugar debe ser visitado porque “todos los caminos conducen a Dios”, haciendo referencia a la Virgen María del Rosario.

## **ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A AUTORIDADES CALIFICADAS**

### **Entrevista N°1**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Luciano Pastocchi. (Ex director del Ente Mixto de Promoción Turística de San Nicolás)**

**Cargo: Concejal del Frente Renovador.**

#### **1) ¿Cuál es su cargo actual?**

*Actualmente soy concejal por el Frente Renovador y ex director del Ente Mixto de Promoción Turística de San Nicolás. Dejé de pertenecer a la parte turística aunque siendo concejal y estando en la Comisión de Desarrollo, siempre sigo en contacto con el sector y tratando de seguir generando propuestas para el ámbito turístico.*

#### **2) ¿Qué fue el Ente Mixto de Promoción Turística? ¿Cuáles eran sus funciones?**

*El Ente de Promoción turística se crea en el año 2005. Contaba con una administración ejecutiva, director ejecutivo, un tesorero, un contador y jefe de compras. Tenía a su cargo la promoción turística de San Nicolás, el Balneario Municipal y el Parque Rafael de Aguiar. Durante su existencia tuvo tres directores, del cual yo fui el tercero y último.*

*Tratamos siempre de generar políticas de estado y siempre mantener nuestro objetivo de trabajo, desde su creación hasta su último día.*

### **3) ¿Qué sucedió con la disolución del Ente?**

*Finalizando el mes de Junio del 2013 presento mi renuncia para presentar mi candidatura como concejal en el Frente Renovador. El actual intendente pertenece al partido del Frente para la Victoria, por lo que me pareció lo más ético dar un paso al costado. El ente continuó operando sin un conductor asignado hasta el 31 de diciembre por lo que en ese período prácticamente no se hizo nada, por el contrario, se deterioró todo lo que se había hecho. A fines de diciembre se disolvió a través de una ordenanza municipal. Por lo que represento ahora como concejal, el partido votó en contra de la disolución en el Honorable Concejo Deliberante, pero al ser minoría no pudimos lograr el resultado que queríamos.*

### **4) ¿Qué organismo lo reemplaza?**

*El área se pasó a una Subsecretaría de Cultura y Turismo. El balneario municipal dejó de ser balneario municipal y ahora no es más que un espejo de agua. La infraestructura de esa zona y los puestos de información turística quedaron vacíos y la reserva Aguiar quedó sin ningún responsable a cargo. Además se disolvió la Secretaría de Desarrollo Económico, quedando ausentes de un sector que impulse políticas en materia de desarrollo económico, como es el turismo. Teníamos puestos de información turística en varios sectores de la ciudad, cosa que ahora hay uno solo en la terminal de ómnibus, y otro dentro del Santuario que sólo funciona sábados y domingos.*

### **5) Y ahora como concejal, ¿Tiene alguna propuesta para volver a implementar este tipo de políticas de turismo?**

*En su momento y en la sesión expusimos los motivos por el cual no íbamos a votar a favor de la disolución del Ente Turístico. El actual intendente decidió volcar todo el presupuesto a obras públicas y al pavimento. Expliqué por qué no se debería disolver el ente y todo lo que se había logrado, pero entiendo también que fueron decisiones de gobierno. Lo mejor para el turismo de la ciudad de San Nicolás sería que la ahora Secretaría de Cultura y Turismo por lo menos mantenga los puestos de información turística y cree acciones de promoción del destino. Durante toda la administración del ente se participó de todos los eventos y ferias como FIT, FEBATUR, FEBAT, Expo Turismo de Invierno, congresos de Turismo Religioso que San Nicolás está obligado a asistir. Pero todo esto hoy en día se perdió, sólo se participa en la FIT. Y durante la última gestión del ente modificamos la imagen institucional, ya que la anterior era muy vieja y sólo acorde al turismo religioso. Adicionamos una imagen natural al destino, fomentando la pesca deportiva y todo tipo de*

*actividades como la fiesta del Patí Nicoleño, y finalizamos con un registro de guías de pesca, de turismo y creando una página de turismo de San Nicolás que hasta ese momento no tenía, y ahora ya se encuentra dada de baja.*

**6) ¿Cree que la ciudad está preparada para recibir a un millón de turistas al año? ¿Qué sucede los 25 de septiembre?**

*Se puede decir que sí. Lo viene haciendo más de 30 años. Yo tuve la oportunidad de participar en diez operativos de la Virgen es decir los operativos del 25 de septiembre, en las cuales en materia de servicios al peregrino alcanzaron bastante bien. Hay una carencia de alojamientos, pero es casi imposible alojar a más de 300 mil personas que vienen dos días al año. Aparte de eso, la ciudad cuenta con varios servicios para responder a ese turismo masivo.*

**7) ¿Se lleva algún tipo de registro de la cantidad de turistas que visita San Nicolás anualmente?**

*No, hoy en día no existe. En el Ente Turístico teníamos un registro de los visitantes, el porcentaje de ocupación hotelera y el registro de pasajeros ingresados al Santuario de la Virgen, de los autos y colectivos que ingresaban y también de las visitas guiadas que se hacían, con ayuda de la asociación de guías de turismo de la ciudad. Generalmente hacíamos una medición de días de semana y fines de semana, para ver las diferencias.*

**8) ¿Existe o existió algún plan actual para mejorar la infraestructura turística de la ciudad?**

*Existió un plan en el año 2008 para mejorar la infraestructura de la ciudad. Un plan director de obras públicas que involucraba a diez obras a realizar en los próximos diez años relacionados directamente con el turismo, pero no se llevó adelante. Hoy existe una obra que es la construcción de una nueva oficina de turismo ubicada al lado de la Cámara de Hoteles en el paseo costanero. La que ahora está ubicada en la terminal de ómnibus se trasladará a la nueva que están construyendo. También hay que tener en cuenta que el intendente municipal gasta un 60% de su presupuesto en obras públicas y se hace todo muy difícil. Yo creo que no sirve construir una nueva oficina central de turismo, si no viene acompañada de políticas en materia de desarrollo turístico.*

**9) ¿Existe algún tipo de ley municipal que regule la actividad turística?**

*Sí. Una es la Ordenanza 7002 del año 2007. La creé yo cuando todavía no legislaba. Regula la actividad de los guías de turismo local y se creó un registro municipal de guías de turismo locales. Lo que sucedía era que muchas personas tomaban mapas del ente y*

*cobraban una visita guiada en el paquete turístico, por su cuenta, sin estar en el sector. Para eso hicimos una capacitación que duró seis meses para controlar esta actividad y además colocamos inspectores municipales todos los fines de semana en el Santuario y alrededores para que controlen la venta ambulante y comida. Uno de los requisitos de la ordenanza era que los que estén inscriptos en el registro tenían que ser residentes, para generar más empleo a los habitantes de la ciudad y que verdaderamente quien guiara al turista sea una persona capacitada, por eso duró medio año. A raíz de esto los turistas se llevaron una muy buena impresión de San Nicolás, que ese era otro objetivo nuestro. Y hay otra ordenanza que tiene que ver con la hotelería y trata sobre el funcionamiento de las dársenas.*

**10) ¿Actualmente están vigentes?**

*Sí, hoy en día se encuentran vigentes.*

**11) ¿Se produjo un gran crecimiento económico a partir del turismo?**

*Sí, principalmente entre los años 2005 y 2011. Se incrementó mucho la oferta hotelera y gastronómica. En el año 2012 tuvimos unas vacaciones de invierno récord, en lo que se refiere a ingreso de visitantes y porcentaje de ocupación hotelera. Tuvimos alrededor de un 90% de ocupación durante los quince días de vacaciones de invierno. Éste año, ya sin el ente, se registró la menor ocupación hotelera desde los últimos diez años. En los últimos cinco años se abrieron dos hoteles nuevos, cuatro restaurantes y un hostel ubicado a una cuadra del Santuario.*

**12) ¿Cómo es la relación entre el turista y la comunidad local?**

*Tuve la suerte de conocer y tener charlas con otros municipios y entes turísticos y en todos los lugares ocurre lo mismo, me refiero que el nicoleño no reconoce a San Nicolás como una ciudad turística. Yo creo que es por la falta de conocimiento. Hay mucha gente que piensa que si una ciudad no tiene playa o montaña no es turística. Durante todas las gestiones del ente se generó no sólo un plan de promoción externo sino interno también. Se trataba de un plan de comunicación interna a través del cual estábamos en permanente contacto con los residentes. Tratábamos de concientizar lo importante que era esta actividad y el buen trato hacia el turista. Pero en general al nicoleño le molesta el turista, principalmente en las fechas cumbres.*

**13) ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la ciudad?**

*La principal fortaleza que tiene es el Santuario de la Virgen del Rosario. Pero también puede ser una debilidad. Esto lo hablamos varias veces cuando participábamos de la*

*Comisión Nacional del Turismo de la Fe. El Santuario le da a la ciudad la fortaleza de ser catalogada como una ciudad turística, pero a su vez tiene una total ausencia histórica de atractivos relacionados al fenómeno religioso. A mi criterio, la ciudad no se beneficia al ciento por ciento con la llegada de 400 mil turistas solamente dos días al año, siempre se debe innovar. Igualmente esto ya es algo que viene hace años, ya que siempre fue muy fácil ocuparse del turismo principalmente religioso únicamente en estas fechas y a fin de año publicar las estadísticas. Esto no genera un desafío a la ciudad como para destacarse más abiertamente con otras actividades turísticas.*

*Otra clara fortaleza es la distancia que tiene la ciudad de Rosario y Capital Federal. Son sólo 60 y 230 kilómetros respectivamente. Desde Capital el tiempo de llegada en auto son dos horas, y le sirve al turista despejarse durante todo un día y lo mismo sucede con Rosario. Hay que tener en cuenta también que los turistas provenientes del norte argentino, muchos de ellos paran en San Nicolás cuando van en camino a la costa atlántica en verano, y esto genera un ingreso económico a la comunidad local. Además la ciudad cuenta con una reserva natural de más de 1300 hectáreas, un anfiteatro que tiene una capacidad para 18 mil personas, el Río Paraná para los fanáticos de los deportes náuticos y la pesca. Y en el ámbito de turismo de congresos y convenciones es una de las ciudades con mayor capacidad y preparación, ya que cuenta con varios hoteles con ese perfil y salones que convocan a más de mil personas.*

*Y una debilidad que viene asustando en los últimos años es la inseguridad. Cada año aumenta un 20% los casos y eso es algo que tiene que solucionarse. Otra es que la ciudad no está vista como turística por parte de los residentes. Y si los residentes no acompañan, se hace todo más cuesta arriba.*

#### **14) ¿Algo más para agregar?**

*Hay que aprovechar más estas fortalezas que tenemos. Y hay que tener un pensamiento optimista, ya que mirando el lado positivo todas las obras públicas que hace el intendente siempre son para bien, y espero que en un futuro el ente encargado de turismo pueda aprovecharlo y realizar un crecimiento de la actividad a corto plazo, ya que no se encuentra todo devastado.*

**OBSERVACIONES:** La entrevista se realizó el día martes 2 de septiembre en una oficina del Honorable Concejo Deliberante, sito en la calle Sarmiento esquina Lavalle. El concejal se mostró muy predisposto a la conversación y aportó datos muy importantes. La entrevista se pactó una semana antes de manera telefónica y tuvo una duración de 50 minutos. Se utilizó el elemento de la grabación.

### **Análisis:**

La entrevista con Luciano Pastocchi se considera determinante para el desarrollo de la investigación ya que su antigua participación en la superestructura turística de la ciudad y siendo el ex director de lo que alguna vez se llamó Ente Mixto de Promoción Turística, es altamente calificado y sus opiniones y experiencias en el sector es un gran aporte al trabajo.

Hoy en día se encuentra ejerciendo el cargo de Concejal por el partido del Frente Renovador, es decir que su punto de vista para con la intendencia actual de Ismael Passaglia no será muy favorable por cuestiones políticas y al ejercer el cargo de Director del ente ya disuelto se presume la total defensa de su gestión. Estas conclusiones se pensaron de antemano, al igual que la mayoría de las preguntas que se realizaron durante los 50 minutos.

El ente fue el encargado de la promoción turística de la ciudad y además tenía a cargo el desarrollo del Parque Rafael de Aguiar y el Balneario Municipal. Contaba con diez empleados y para realizar estas gestiones contaba con un presupuesto directo que le brindaba el Municipio, que no se pudieron dar a conocer. Luciano comentó que a mediados del año 2013 cuando presenta su renuncia hasta el día de hoy, todo lo que se había logrado se deterioró. Comentó que hoy es reemplazado por la Subsecretaría de Cultura y Turismo, y el responsable a cargo, José Petrucci, lo considera muy capaz en su área de cultura que fue a lo que se dedicó siempre, pero en el ámbito turístico no cuenta con una gran experiencia y allí se ven los resultados. Además se disolvió la Secretaría de Desarrollo Económico que tenía como objetivo incentivar materias de desarrollo económico y esto iba de la mano con el turismo, que es un rubro clave para fortalecer la economía de una comunidad.

Durante su gestión y los otros directores del ente que se creó en el año 2005, San Nicolás comenzó a participar en todo tipo de eventos turísticos a nivel nacional, principalmente en el ámbito religioso. Hoy en día, explicó que sólo tiene participación en la FIT, y esto no lo posiciona como debería.

Luego opinó sobre la organización y preparación del evento del 25 de septiembre que por historia y a nivel cultural y religioso es el evento más destacado de la ciudad y de gran importancia a nivel nacional. Durante la Fiesta de la Fe, explica que es imposible alojar a más de 300 mil personas y por más que estén cubiertos todos los restaurantes nunca va a alcanzar. A raíz de esto se encuentra agradecido por la colaboración de los residentes en esa fecha, que ofrecen sus domicilios para sanitarios incluso para alojar a peregrinos por unas horas.

Durante el año 2013 y éste año ya no se contabiliza más los visitantes que acuden a la ciudad. Durante los años 2005 y 2012 el ente con ayuda de guías de turismo, y la Cámara de Hoteles rejuntaban información de ocupación durante meses y fines de semana. Actualmente eso ya no existe.

En cuanto a la infraestructura turística del lugar, hoy en día se está construyendo una nueva oficina de información turística que ya no estará más en la terminal de ómnibus. Es una obra de gran aporte económico y entiende que si el intendente gasta el 60% del presupuesto en obras públicas, se hace muy difícil promover el turismo y realizar obras de infraestructura en la ciudad. En cuanto a las leyes que regulan la actividad, una fue creada por él antes de ejercer el cargo de director. Se trata de la Ordenanza 7002, y tiene como objetivo registrar a todos los guías turísticos de la ciudad, para que la actividad no la realice cualquier persona. Además hay otra ordenanza promulgada que trata sobre los hoteles y el funcionamiento de las dársenas.

Luciano contó que la actividad turística alcanzó su apogeo durante los años 2006 y 2011 y se incrementó mucho la actividad hotelera y gastronómica. Además fueron años que se fomentó mucho la promoción, asistencia a eventos y relaciones con otros entes. En el año 2012 se destacó la temporada de invierno, y los hoteles alcanzaron un 90% de ocupación, todo un récord para la ciudad, mientras que al año siguiente se registró la menor estadística de ocupación durante los meses de junio, julio y agosto.

La entrevista culminó con el aporte de su relación con los residentes y lo que éstos piensan sobre el turismo. Generalmente durante sus encuentros y entrevistas con vecinos, les molestaba la gran cantidad de gente que llegaba a la ciudad durante los días festivos. El ente trató de comentarles la importancia de lo que significa el turismo para el desarrollo económico local, pero la relación no era demasiado fructífera.

Por último expresó que su deseo es que San Nicolás vuelva a ser lo que hace unos años fue, un municipio turístico, ya que tiene con qué serlo ya que no todo se encuentra devastado. Todo tendrá que ver con la predisposición e interés que tendrá la intendencia para con el turismo.





*Fotografía tomada en el Honorable Concejo Deliberante con el Concejal Luciano Pastocchi al finalizar la entrevista.*

## **Entrevista N°2**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Anabella Bolognini.**

**Cargo: Empleada en Departamento de Reservas del Hotel Río.**

**1) ¿Cuándo comenzó a operar el hotel?**

*El hotel comenzó a operar hace unos 26 años.*

**2) ¿Hace cuánto tiempo que usted trabaja en el servicio de alojamiento?**

*Hace 21 años que trabajo en este hotel.*

**3) ¿Con cuántas habitaciones cuenta el hotel y cómo están distribuidas?**

*Contamos con 29 habitaciones, 17 dobles y 12 triples, obviamente sujetas a modificaciones.*

**4) ¿Cuál es el perfil del cliente que mayormente se aloja?**

*La mayoría son viajantes y gente de trabajo. Peregrinos generalmente los días 25 de cada mes y la semana del 25 de septiembre.*

**5) ¿Qué sucede los 25 de septiembre, durante la fiesta de la Virgen? ¿Se incrementa la demanda?**

*Para éste 25 ya tenemos casi todo completo. Al ser un hotel familiar tenemos las mismas reservas año tras año, de gente que viene siempre y no la podemos dejar afuera. Nosotros ya sabemos que vienen y les reservamos las habitaciones. Ingresan al hotel el 23 y se retiran el día 26 cuando finaliza la peregrinación. Nos quedan unas habitaciones pero siempre pensamos en nuestros clientes habituales. Tenemos en cuenta también que éste 25 cae día miércoles, por lo tanto vendrán visitantes de trabajo y va a estar todo completo.*

**6) Además de esa fecha, ¿en qué otra época del año recibe mayores turistas?**

*En Semana Santa tenemos mucha demanda, como también los fines de semana largos. Y otro fuerte que tenemos es durante todo el mes de enero, gente que proviene por ejemplo de Tucumán, Santiago del Estero. Por lo general son turistas que van a la costa argentina y realizan una parada previa en San Nicolás. A partir del 31 de diciembre ya tenemos reservas para todo el verano.*

**7) ¿Cuál es la estadía promedio de los turistas que se alojan?**

*La estadía promedio no supera las dos noches.*

**8) ¿Con qué otro tipo de alojamientos compite?**

*Competimos con hoteles de nuestras características. Es un hotel familiar de 3 estrellas y tuvo una remodelación hace poco, lo que lo hace más moderno y confiable.*

**9) ¿Existe alguna relación con algún organismo público de la ciudad?**

*Siempre nos manejamos con la Secretaría de Turismo. Llamamos y nos devuelven llamadas. Nos consultan acerca de los visitantes que vienen. Es esa la única relación que tenemos.*

**10) ¿De qué manera se promociona el hotel?**

*No tenemos mucha promoción más que la que se maneja en internet. La mayoría de los turistas nos conocen por ese medio. No contamos ni con promoción de radio ni con el diario local. Es un hotel ya bastante conocido y está hace muchos años, y se promociona mucho de boca en boca que es la mejor publicidad. Y cuando se retiran los pasajeros les damos tarjetas del hotel.*

### 11) ¿Algo más para agregar?

*Antes contábamos con folletos del hotel pero ya no. Tratamos que el cliente tenga una buena experiencia en el hotel así nos promociona y porque nos interesa tener una buena imagen. El presupuesto ahora está abocado a seguir con la remodelación del hotel. Antes todas las habitaciones tenían alfombras y ahora se está colocando piso flotante en cada una de ellas. Colocamos sommier y colchones nuevos y cuesta mucho mantenerlo, por eso la promoción pasa a un segundo plano por este momento.*

**OBSERVACIONES:** La entrevista se pactó en el momento la mañana del martes 2 de septiembre y se realizó en el mostrador de la recepción, ya que no había en ese momento otro empleado disponible para cubrir el puesto. Tuvo una duración de 10 minutos y la empleada durante toda la estadía y durante la entrevista se mostró muy hospitalaria. Se utilizó el elemento de la grabación.

#### **Análisis:**

Se cree que la entrevista a un empleado encargado de reservas de un hotel podría aportar datos acerca de los turistas que visitan la ciudad y del desarrollo del alojamiento en sí, por eso se realizó.

Anabella Bolognini es empleada a cargo del Departamento de Reservas del Hotel Río, un hotel de categoría 3 estrellas ubicado a cinco cuadras de la plaza principal, Plaza Mitre. Ella trabajó en el hotel desde hace 21 años y diariamente experimenta cosas nuevas.

La entrevista comenzó tratando sobre el hotel principalmente. Éste comenzó a operar en el mercado hace 26 años. En el año 1988, en pleno auge de las peregrinaciones en donde se registraban más de 700 mil personas varios días al año según Santiago Chervo, encargado de la dirección de Museos de la ciudad, se creó este hotel y muchos otros, años más adelante. Culmina el tema Hotel Río, comentando la cantidad de habitaciones que tiene y cómo están distribuidas adaptándolas a necesidades del cliente.

La información más relevante de esta entrevista, es que el perfil del turista que se aloja en el hotel es de trabajo y peregrinos únicamente los días 25 de cada mes, y durante Semana Santa.

Destaca además de Semana Santa, los meses de enero y febrero. Antes de la fiesta Navideña y Año Nuevo, ya tienen muchas reservas para el verano y mucha gente llega a la ciudad para pasar el fin de semana. Esto mismo sucede en todos los hoteles de San Nicolás. La estadía promedio de los turistas no supera las dos noches, salvo en la semana antes del

25 de Septiembre, en donde el hotel al igual que todos los tipos de alojamientos están colapsados.

Terminando, cuenta que no se tiene mucha relación con el Municipio actualmente. Años atrás tenían una comunicación con el ex ente y les comunicaban las estadísticas de visitantes y la cantidad de plazas ocupadas por mes.

Y por último, comentó que el hotel al ser familiar se promociona de *boca en boca* y es el mejor método. Se trata de entablar una relación familiar con el huésped así comenta su buena experiencia vivida. El alojamiento además se promociona vía web, pero su información es escasa.

### **Entrevista N°3**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Juan Cruz Alimena.**

**Cargo: Sacerdote el Santuario Maria del Rosario.**

- 1) **¿Hace cuánto tiempo se encuentra en el Santuario? ¿Es oriundo de San Nicolás?**

*En diciembre cumpla 10 años como sacerdote. Sí, soy nicoleño.*

- 2) **¿Cuáles son los impactos positivos y negativos a partir de la llegada de miles de turistas en la ciudad?**

*En la Jornada de Turismo Religioso y Santuarios en Luján hace dos años atrás ya traté sobre esto. Explicamos cómo se desarrolla el fenómeno del turismo religioso y cómo se relaciona con todos los actores involucrados, principalmente con el municipio, lo encaramos desde ese lugar. Hablamos de la inseguridad que hay en la ciudad y hasta cómo se robaba dentro del Santuario. Lo que es más común en estos días son los ruidos que generan los grandes eventos que se realizan en las cercanías, como por ejemplo en el paseo costanero. Si hubiera un evento como lo fue el pasado fin de semana, no podríamos estar teniendo esta conversación. El obispo y el rector del Santuario se reunieron con el intendente a tratar esta situación. En la fiesta del día del niño hace menos de un mes se*

*logró bajar el volumen de la música y opacar un poco el ruido, pero no alcanzó. No pudimos hacer la misa tranquilos, y nosotros queremos respetar a las personas que entran al Santuario. No estoy en contra de los eventos culturales ni de las carreras deportivas que se organizan en el paseo costanero, es más cuando se finalizó su construcción quedó muy lindo, pero yo creo que no es el lugar indicado para realizarlos, porque esto perjudica a los fieles. La ciudad cuenta con otros lugares con los cuales se pueden organizar estos eventos, espacios verdes. Inclusive está el Parque San Martín que es inmenso con un anfiteatro que ahora está abandonado, que hay que recuperarlo. El paseo costanero tiene que cumplir con su función, de paseo y no como un lugar para realizar eventos culturales ya que está muy próximo del Santuario. Otro punto negativo son los costos de los restaurantes, que son muy elevados.*

**3) ¿Cree que el predio “El Campito” está apto para albergar a miles de turistas, principalmente los días 25 de cada mes?**

*Sí, está preparado. Es un predio muy grande que hasta llega a sobrar espacio. Hasta hay una parte que se utiliza como estacionamiento privado que los peregrinos no llegan a ocuparlo.*

**4) ¿Existe alguna relación entre la Iglesia y la municipalidad frente a la organización en las fechas de mayor caudal de fieles?**

*Sí, existe pero entre comillas. Hay mucha burocracia y es muy complicado pedir cosas. Cuando realizamos la procesión y damos la vuelta por la calle América que da al Santuario, tendría que estar despejada de autos ya que por allí pasan miles de peregrinos. Eso es algo que pedimos, sólo por un día y sólo una cuadra y media, que evacúen esa calle. Pero no nos escuchan.*

**5) ¿En qué fecha está prevista la finalización de la construcción del Santuario?**

*No tiene fecha, no existe. Se construye en base a donaciones de los peregrinos y no hay algún otro tipo de aportes de fondos por parte de ningún organismo público. Hubo intentos de grandes donaciones pero cuando explicamos que éstas son anónimas, no las hacen porque seguramente su interés parte del tema de estar presente y hacer propaganda. Para su finalización falta muchísimo ya que hay varios proyectos para llevar a cabo. Está previsto todo el revoque del exterior, la construcción de una fuente y de un cinerario.*

**6) De una manera resumida, ¿cómo fue evolucionando el fenómeno del turismo religioso a través de estos últimos años en San Nicolás?**

*En los últimos años a simple vista se pudo observar un crecimiento de la actividad. Cada año parece que son más. Pero esas estadísticas las tiene el Ente de Turismo, porque nosotros no llevamos una estadística de las visitas. Con el ente tenemos muy buena relación, inclusive la semana próxima voy a estar en Buenos Aires con Maricel que es la encargada del ente en estos momentos, en la reunión de la Pastoral de Turismo que integramos. Años atrás el ente también estuvo presente en estos eventos.*

**7) ¿Qué es la Comisión Pro-Templo y el Movimiento Mariano?**

*La comisión Pro-Templo es la encargada de recaudar fondos y donaciones para la construcción del Santuario. También tiene esa función la secretaría, y luego se juntan esos fondos para la construcción. El Movimiento Mariano es un centro de difusión de la peregrinación de San Nicolás. Incluye a la Santería que es donde se venden todos los artículos religiosos de todo tipo aquí al lado del Santuario.*

**OBSERVACIONES:** La entrevista se pactó por mail una semana antes. Se realizó el miércoles 3 de septiembre en una oficina de la secretaría del templo próximo al Santuario. Tuvo una duración de 15 minutos y el padre Juan Cruz respondió a todas las preguntas de manera completa y siendo muy amable.

**Análisis:**

Se consideró necesario escuchar una voz y una opinión de un sacerdote del Santuario, que comente y explique las situaciones, sean beneficios o dificultades, con que cuenta el mismo, y la relación que tiene con el Municipio, el turismo, y los fieles.

Contactar a un sacerdote del Santuario no fue fácil ya que la entrevista se realizó en la Secretaría que se ubica junto al templo y no se contaba con más de 30 minutos, ya que el *Padre* debía llevar adelante una misa.

En el año 2012 en la ciudad de Luján se llevó a cabo una Jornada de Turismo Religioso y Santuarios, en la que asistió el padre Juan Cruz Alimena y presentó el trabajo de turismo religioso en San Nicolás y sus impactos que el fenómeno contrae. Consultado dos años después acerca de este tema, comentó que nada cambió. En aquel entonces explicó la poca privacidad y tranquilidad que tienen los fieles dentro del Santuario y que las misas se tornan complicadas debido a la gran cantidad de eventos culturales que suceden en el Paseo Costanero, a tan solo 100 metros del templo. Se hicieron peticiones a la Municipalidad, pero no se solucionó. Otro de los grandes problemas es la inseguridad, inclusive dentro del

Santuario y la Iglesia no está en condiciones de pagar por seguridad ya que los fondos que obtiene de los fieles son destinados a la construcción y finalización del edificio. Por último agregó que los costos de los restaurantes que se ubican muy cerca del Santuario son muy elevados y se tendrían que tomar medidas.

Acerca del día 25 y de la gran cantidad de gente que visita la ciudad comentó que el predio El Campito se encuentra absolutamente preparado para albergar a tal cantidad de fieles y hoy en día hay una parte que se utiliza como estacionamiento para los peregrinos, y no llegan a ocuparlo en su totalidad.

Cuando se le consultó acerca de si existe una relación entre la Iglesia y el Municipio contó que a medias. Existe mucha burocracia en el ambiente. A la Municipalidad se le piden muchas cosas en materias de organización y no son escuchados. Al parecer, existen muchas diferencias entre ambos actores.

Según el sacerdote, en los últimos años la actividad de turismo religioso se incrementó en gran cantidad y cada día parece que son más los turistas o peregrinos que llegan al Santuario. La Iglesia no lleva ningún tipo de estadística en cuando a los peregrinos que visitan El Campito.

Al finalizar la entrevista comentó qué es la Comisión Pro-Templo y el Movimiento Mariano, dos organizaciones cuyo nombre es muy conocido en el rubro. La comisión se encarga de recaudar fondos para la construcción del Santuario, como también otros sectores que incluye a la Secretaría. El Movimiento Mariano es un centro de difusión de peregrinación de San Nicolás y se encarga de promocionar a la Virgen María del Rosario en todo el país. Al terminar expresó que la finalización del Santuario no tiene fecha y que todavía falta mucho, ya que hay grandes proyectos.

#### **Entrevista N°4**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Santiago Chervo.**

**Cargo: Director del Museo Gregorio Santiago Chervo (Museo de la Ciudad)**

**1) ¿Cómo surgió el fenómeno del turismo religioso en la ciudad de San Nicolás?**

*El fenómeno religioso surge para muchos en el año 1983 cuando la Virgen se le aparece a Gladys Quiroga de Motta. Pero la ciudad de San Nicolás fue fundada cuando se construyó la primera capilla en el año 1748, es decir que actividad y perfil religioso tuvo toda la vida. A esto hay que sumarle la llegada de los salesianos de Don Bosco a América en el año 1875 que venían a evangelizar la Patagonia principalmente, y estuvieron en San Nicolás. Se creó por esos años el Colegio de Don Bosco, el primer colegio salesiano de toda América, aquí en esta ciudad. Lo que trato de explicar es que la ciudad desde hace muchísimo tiempo atrás tenía el mote religioso, con mucha historia.*

*Pero recién en el año 1983 se generó un movimiento general muy importante. Hoy en día San Nicolás tiene unos 150 mil habitantes. En esa época tenía unos 130 mil. No ha variado mucho debido a los problemas que ha habido con las industrias de la zona, que se despidió a muchos trabajadores. Pero en ese momento se generó un movimiento, yo no diría turismo religioso, en el que la ciudad de golpe tenía un millón de habitantes en el día. Al principio cuando surgió el fenómeno en la década del 1980 en un día la ciudad llegó a tener más de medio millón de personas. Hoy en día eso se terminó, es distinto. Ha declinado un poco porque mucha gente ya conoce y no vuelve a venir. Los habitantes en esa época se cuadruplicaron.*

**2) ¿Cómo influyó en el conocimiento de otros atractivos como lo es este museo, por parte de los turistas?**

*Muchos guías de turismo u hoteleros les dicen a los turistas que pasen tanto por este museo como por la Casa del Acuerdo, que es muy importante. Generalmente el turista viene de paso por este museo y se informa el mismo día en que viene, cuando los empleados del ente turístico le hacen una explicación general de la ciudad.*

**3) ¿Cómo y cuándo se creó el museo?**

*Tengo 75 años y el museo se llama Gregorio Santiago Chervo, lleva el nombre de mi padre desde el año 2007. Cuando fallece yo asumo como director. Yo nací en este museo y ya mi padre tenía grandes colecciones, no refiriéndome a las de ahora que está muy completo, sino a la base de colecciones que hicieron posible la apertura. Todo lo que tenía mi padre estaba en nuestra casa y ya no dábamos abasto. O teníamos que sacar todo a la calle o echar a la familia, por cuestión de espacio (Risas). Específicamente en el año 1969 pedimos en aquel entonces al intendente de la municipalidad que nos otorgue un espacio para poner todos los objetos y armar un museo. Aquí sólo teníamos la Casa del Acuerdo pero trata de un período específico en la que se reunieron para crear la Constitución*



*Argentina. Pero nuestro museo pretendía y ahora lo es, ser un museo con toda la historia de la ciudad en todos los tiempos, desde su creación hasta los días de hoy.*

*Entonces el intendente de la ciudad nos dio este espacio en el que estamos en este momento que fue un mercado que dejó de funcionar en 1955 y quedó abandonado. El intendente nos dijo que por el momento éste era el único espacio que nos podía otorgar y mi padre accedió, con tal de tener un lugar.*

**4) ¿Y este predio hoy en día a quién pertenece?**

*Este predio pertenece a la Municipalidad. En ese momento cuando nos dio el mercado, el intendente nos dijo que comprarían la casa de al lado y la familia que vivía accedió a la operación. Todo lo que se ve salvo los sanitarios y esta oficina, es todo de la época: pisos, techos y todas las plantas. Esta casa tiene más de 150 años y nos esforzamos día a día en conservarlo tal y como nos la dieron, para mantener sus características.*

**5) ¿Cómo se mantiene el museo? ¿De dónde surgen los fondos para hacerlo?**

*En el museo trabajamos cuatro personas, encargadas del mantenimiento completo del mismo. Es un museo municipal y no manejamos ningún presupuesto de acá. Hay que tener en cuenta que no cobramos entrada y cuando necesitamos algún tipo de obra o arreglo se encarga directamente la Municipalidad. Tenemos un excelente trato con ellos, atienden muy bien nuestras necesidades.*

*Afortunadamente todos los intendentes de 1971 en adelante hasta el día de hoy colaboraron con el museo. Siempre falta algo pero no nos podemos quejar. En estos momentos hay albañiles haciendo arreglos en otra sala, mandados por el ente municipal. Se trata siempre de mantener y conservar el museo lo más que podamos. Nuestra tarea principal es recuperar todos los archivos, fotos y hasta vestimenta antiguas al día de hoy, pero siempre tratando sobre la ciudad de San Nicolás.*

**6) ¿Ha habido algún tipo de donación sea de material para el museo o algún aporte económico?**

*Obviamente, no todo lo que tenemos era de la colección privada de mi padre. Una gran parte sí, que sirvió para abrir este museo. A partir de la apertura del museo empezamos a recibir donaciones de materiales históricos que hacen cada día más completo al lugar. Un claro ejemplo es que en una de las salas están los cuadros de todos los intendentes que tuvo San Nicolás, que fueron pintados por dos pintores muy interesados y luego donados al museo. También contamos con todos los informes del consejo escolar de la ciudad desde 1876, en donde los colegios informaban cuántos alumnos tenían, calificaciones, cómo*

*estaba construida la escuela etc., y eso lo adjuntamos a un archivo que prácticamente explica toda la historia de la educación de la ciudad.*

*El museo tuvo como primer nombre “Primer Combate Naval Argentino”, que fue el primer hecho de la historia nacional que ocurrió en San Nicolás, en la que Azopardo iba a Paraguay a ayudar a las tropas de Belgrano. Hay muchas imágenes de Belgrano en el museo, principalmente en dos salas donde trata sobre personajes nicoleños en acontecimientos históricos, como por ejemplo en la Guerra de Malvinas y el hundimiento del Crucero A.R.A. Belgrano, en donde murieron nueve soldados oriundos de la ciudad, y hay fotos de todos ellos, además de Belgrano.*

**7) ¿Cuenta con página de internet oficial?**

*Contábamos con un blog, creado por la administración anterior, pero cuando se retiraron quedó el blog ya sin actualizarse. Lo que se hace ahora es en la página de la Municipalidad de San Nicolás se está cargando toda la información histórica de este museo. Trabajamos con toda la carga de archivos, imágenes y todos los períodos de la historia.*

**8) Como director del museo, ¿tiene algún método para promocionarlo? ¿Existe algún tipo de promoción del museo para que los turistas vengan a visitarlo?**

*Aquí nuevamente tenemos que tratar sobre el presupuesto, que nosotros no manejamos nada. No tenemos la folletería necesaria para repartir ni tenemos promoción. Nos manejamos de boca en boca, que los hoteles tengan algún folleto en donde figure nuestra dirección para que los turistas vengan y que se informen los horarios y los días que estamos abiertos, y que sepan que la entrada es gratuita. Hay tantas cosas que tenemos que hacer en el sentido de mantener este lugar, que en mi opinión si tenemos algo, lo abocamos a hacer limpieza o a algún otro tipo de actividad, quedando en segundo plano la promoción. Además el intendente del cual dependemos, aboca mucho su presupuesto en obras públicas para los ciudadanos.*

**OBSERVACIONES:** la entrevista no fue pactada. Al ingresar al museo al mediodía del miércoles 3 de septiembre, el director se presentó y con gusto accedió a responder las preguntas que ni siquiera se tenían armadas y se improvisó en el momento. Excelente trato recibido por parte de Santiago Chervo. La entrevista tuvo una duración de 25 minutos y se utilizó el método de la grabación.

### **Análisis:**

La entrevista se dio de una forma totalmente casual. Al ingresar al Museo Gregorio Santiago Chervo y ser atendido por el director del mismo, Santiago Chervo hijo, urgió la necesidad de hacer determinadas preguntas que no se tenían preparadas a la persona que más sabe de la historia de San Nicolás.

La primera pregunta de ocurrencia fue cómo surgió el fenómeno del turismo religioso en la ciudad de San Nicolás, y el director aportó datos que no se encuentran en bibliografías o en internet. Según Chervo, el fenómeno religioso no surge en el año 1983 como plantea la gran mayoría con la aparición de la Virgen María. San Nicolás tuvo el perfil religioso toda la vida, ya que se fundó en el año 1748 cuando Rafael de Aguiar construyó la primer capilla. Además, un hecho importantísimo es la llegada de los Salesianos de Don Bosco al continente. En el año 1875 arribaron a la ciudad y se construyó el primer colegio salesiano de toda América, el Colegio de Don Bosco. Obviamente luego surgió el acontecimiento de más difusión en 1983 ya que se considera milagroso. Destaca además el primer impacto que recibió la ciudad con la aparición de la Virgen. En unos días se llegó a tener más de medio millón de personas, y hoy en día eso sólo ocurre los 25 de septiembre ya que mucha gente conoce y viene otros días del año.

Se le consultó acerca si las visitas al Santuario impedían el conocimiento del museo por parte de los turistas y contestó que el museo representa más una identidad nicoleña, explicando toda su historia y personajes oriundos de la ciudad. En las oficinas de información turística se suele promocionar el museo como visita adicional a la ciudad, luego del santuario lógicamente, pero bienvenido sean los turistas.

Detalló la historia de cómo se fundó el museo y la pasión de la colección de objetos de su padre. El 20% de los objetos que hoy en día se encuentran pertenecían al padre y el resto son todas donaciones. El predio pertenecía a un antiguo mercado y fue adquirido por la Municipalidad y luego donada a Gregorio Santiago Chervo, padre. Debido a todos los artefactos con que contaba, el lugar no era apto para albergar tal material, es por eso que luego la Municipalidad donó también la casona contigua en donde habitaba una familia que luego se mudaría. El museo depende de la Municipalidad y su superior directo es el intendente Ismael Passaglia.

Además agregó que en el museo trabajan cuatro personas y él incluido, y se encargan de mantenerlo todo el tiempo y no es simple ya que todo tiene una antigüedad de más de 150 años. Teniendo en cuenta que no se cobra entrada, no se maneja un presupuesto y cuando al museo le falta algo enseguida la Municipalidad acude en su ayuda o arreglo. La

conclusión de esto es que el apellido Chervo es lo más conocido de la ciudad y se lo respeta mucho desde el sector público.

Por último explicó el método de difusión del museo y que no cuenta con página de internet oficial, sólo se puede ver su descripción en la página de la Municipalidad. No se tiene muy pensado la acción de promocionar, ya que esto implica fondos y los únicos que se generan se emplean en el mantenimiento del museo.

### **Entrevista N°5**

Buenos días/tardes. Mi nombre es Gonzalo Serman y soy estudiante de la Universidad Abierta Interamericana de Capital Federal. Me encuentro realizando mi trabajo final para alcanzar la licenciatura. Éste trata sobre un diagnóstico del sistema turístico de San Nicolás y su relación con el turismo religioso. Desde ya, agradezco su predisposición y su tiempo.

**Nombre: Manuel Martínez Maciel**

**Cargo: Miembro de la Pastoral de Turismo.**

**1) ¿Cuál es su cargo actual? ¿En qué ámbito se desempeña?**

*Actualmente trabajo en el santuario Nuestra Señora del Rosario del Milagro en la ciudad de Córdoba. Trabajamos para implementar una puesta en valor de la patrona de Córdoba, la que recibe una gran afluencia de peregrinos en el centro de la ciudad. También me encuentro en la Comisión Episcopal de Santuarios de Argentina, y soy miembro de la Pastoral de Turismo. Me dedico a la docencia, doy clases en la Universidad Católica de Tucumán y en la Universidad Blas Pascal de Córdoba acerca de turismo religioso.*

**2) ¿Qué es la Pastoral de Turismo? ¿Qué funciones tiene?**

*La Pastoral de Turismo es el área de la Iglesia que evangeliza el mundo del turismo. Su función es hacerlo más humano y cristiano. No solamente en el ámbito religioso, sino el turismo en general abarcando todas sus dimensiones. La Iglesia ve muchas sombras en la actividad es decir aspectos negativos, y se pretende llenarlas de luz. Uno de los problemas principales a afrontar es la explotación sexual de los menores en turismo, explotación de empleados hoteleros y hasta los trabajadores que permanecen en un crucero de nueve a diez meses en el mismo ambiente donde casi no tienen vacaciones ni intimidad. Controlar un desarrollo de turismo sustentable en las áreas naturales, y que el turismo no avasalle a la comunidad local respetando sus culturas. La Iglesia está trabajando en todos estos*

*aspectos realizando muchas denuncias, para que se humanice la actividad del turismo en todas sus áreas.*

*Estas tareas no son para nada fácil. Hoy en día la mayor parte de los actores involucrados en la actividad piensan en el beneficio económico, como su finalidad. Y claramente esto no debe ser así, porque la finalidad del turismo es la persona y está al servicio de la persona y no de la economía.*

**3) ¿La Pastoral de turismo existe únicamente en Argentina o abarca otros países?**

*Existe una oficina de la Pastoral de Turismo en el Vaticano a nivel mundial, y tuve el gusto de trabajar allí. Es una oficina al servicio del Papa y anima la pastoral a nivel mundial. En algunos países está más organizada y en otros menos, pero está. En Argentina actualmente está muy bien organizada y se destaca en América Latina.*

**4) ¿Qué es la Comisión Episcopal para la Pastoral de Santuarios y la Comisión Episcopal de Migraciones y Turismo?**

*En el Vaticano trabajan de manera conjunta. En Argentina no sucede esto. Santuarios se encuentra por un lado, y Turismo está unido a movilidad humana. En Santuarios estoy como delegado por todas las diócesis del centro del país y también estoy trabajando en turismo. En Luján en el año 2012 se llevó a cabo unas jornadas de turismo religioso y santuarios. Se busca enlazar los dos sectores, porque van de la mano.*

**5) ¿Qué relación tiene la Pastoral con los entes privados y en qué consiste dicha relación?**

*Con algunos sectores tenemos diálogo muy fluido, y con otros ninguno. Existe una comisión llamada Gente de Turismo, que organiza eventos en común donde está incluida la Pastoral con todos los entes de turismo. Por ejemplo, este 27 de septiembre se realizará un evento donde primero habrá una misa y luego una conferencia de los organismos públicos y privados trabajando en conjunto por el turismo.*

**6) ¿Cómo ha sido la evolución del turismo religioso en Argentina?**

*La actividad ha ido creciendo mucho a nivel mundial. Uno de los factores de crecimiento es por la facilidad de las comunicaciones de hoy en día. Por ejemplo en Francia, que es el país con mayor recepción de turistas del mundo, después de París sigue Lourdes que es un santuario donde tiene un promedio de 50 mil turistas por semana, donde toda la ciudad presta servicio a los peregrinos. En nuestro país sucede algo similar. Las peregrinaciones a Luján son el centro de mayor recepción de peregrinos en todo el país, algunas alcanzan*

*el millón. Salta es otro centro que ha crecido mucho con la Señora del Milagro, en donde en la fiesta se presentan unas 800 mil personas, pero sólo por ese día. La Virgen de Itatí en Corrientes, La Virgen del Valle de Catamarca, Nuestra Señora de Carrodilla en Mendoza, El Señor de los milagros de Mailín en Santiago del Estero, Ceferino Namuncurá en Junin de los Andes y en toda la Patagonia, son todos ejemplos de cómo ha ido creciendo y evolucionando el turismo religioso en todo el país.*

**7) ¿Qué sucede con la peregrinación que venera al Gauchito Gil y la Difunta Correa en San Juan?**

*Esto se podría definir como turismo religioso pero no católico. El Gauchito Gil es muy popular hoy en día. Son creencias populares que tienen elementos católicos como por ejemplo las misas que hacen y se desarrollan como una peregrinación, pero no es puramente cristiano.*

**8) ¿Qué porcentaje de la actividad turística representa el turismo religioso?**

*Es muy difícil medir el porcentaje, hablar de números en esta actividad. Yo no creo mucho en las cifras que dan los demás sectores porque cuando veo esos números hay cosas que no cierran y que me pregunto cómo hacen o de dónde sacan esas cifras. Hay una falta de sinceridad a la hora de hablar de cantidades. Desde la Iglesia Católica no tenemos cómo contabilizar, sí estimar pero son números muy generales y nunca serán precisos porque no contamos con sistemas adaptados para hacer esa tarea. También se sabe que la cifra va creciendo, y hay veces que se puede llegar a medir gracias a la policía que calcula las personas que se movilizan por cuestiones de seguridad.*

**9) ¿Cree que a partir de la construcción de un Santuario se genera un crecimiento en el ámbito hotelero, gastronómico y en otros sectores?**

*Sí, claro. En el caso de San Nicolás hay que tener en cuenta que sólo los 25 de septiembre arriba tanta gente a la ciudad, y algunos fines de semana. Es complejo en el caso de hoteleros ya que tienen que evaluar cómo mantendrán el hotel el resto del año si en el destino hay una marcada estacionalidad, y esto es un desafío. Luján en cambio ha logrado que mucha gente vaya a la Catedral durante todo el año y se le suma que tiene varios museos importantísimos en la ciudad lo que genera que el turista se hospede en algún hotel. En el caso de la gastronomía, es un sector que ha crecido, pero tiene la particularidad de encarecer sus costos por un servicio que tal vez no es el que el visitante paga, y esto se debería controlar de alguna manera.*

**10) ¿Cuáles son los destinos de turismo religioso más importantes del mundo?**

*El Santuario más numeroso, más visitado y más organizado es el de Lourdes, Francia. Algo parecido sucede en Asia, en India con Nuestra Señora de Vailankanni, donde va gente de todos los países además de ser India un país con muchos millones de habitantes. Otro muy destacado es el Santuario de Fátima en Portugal, Asís y San Giovanni Rotondo en Italia, Medjugorje en Bosnia y Herzegovina, Nuestra Señora de Monserrat en España, así como también los caminos de Santiago de Compostela famosa por sus peregrinaciones principalmente. En América lo que más se destaca es el Santuario de la Virgen de Guadalupe en México, Aparecida que es la patrona de Brasil, San Martín de Porres en Perú, entre otros.*

*Hay muchos Santuarios cristianos a nivel mundial con mucha afluencia de fieles.*

**11) ¿Cómo se posiciona San Nicolás como destino turístico religioso?**

*Es un destino turístico religioso muy fuerte. Después de Luján es el segundo más importante de Argentina en cuanto a visitas anuales. En Salta con la Virgen del Milagro se supera a San Nicolás, pero sólo por un día, el resto del año no van fieles, cosa que no sucede con la Virgen del Rosario de San Nicolás en donde hay presencia todo el año.*

**12) ¿Qué comentario puede hacer acerca de “Perspectivas para pensar el Turismo: Documentos Pontificios sobre el Turismo”, libro que escribió en conjunto con otras personas?**

*Es un libro que escribimos en el año 2008 con Leonardo Botto, director del Inprotur en su momento. Fue la primera vez que se trabajó entre Iglesia Católica y un ente de gobierno. Es un libro donde el pensamiento de los papas acerca de la actividad turística se puso en manifiesto. Como los libros que hace un ente público no se pueden vender y se regalan, eso generó por parte del gobierno que financió el libro que se dejara de producir. Se tradujo al italiano y también se entregaron ejemplares en ese país. En su momento nos pareció que el aporte del Papa sobre temas de turismo, como autoridad moral sería muy importante para promocionar un pensamiento ético.*

**OBSERVACIONES:** la entrevista se pactó un mes antes de manera telefónica, ya que el miembro de la Pastoral se encontraba en Córdoba y podría venir a Buenos Aires el 8 de septiembre para una reunión importante. Tuvo una duración de 40 minutos y se realizó en la Casa del Clero en Capital Federal la tarde del martes 9 de septiembre, con muy buena predisposición a contestar las preguntas e inquietudes. Se utilizó el elemento de grabación.

### **Análisis:**

Ésta entrevista fue la única que se realizó en Capital Federal, ya que las otras cuatro fueron en la ciudad de San Nicolás. Manuel Martínez actualmente vive en Córdoba y se encontraba en Buenos Aires por un evento de la Pastoral de Turismo. Se decidió tener un encuentro por este motivo, siendo un informante clave acerca del turismo religioso a nivel nacional desde un punto de vista eclesial. Además de ser miembro de la Pastoral, se encuentra en la Comisión Episcopal de Santuarios de Argentina y es docente en una universidad de Tucumán, dando clases de turismo religioso.

La entrevista comenzó definiendo a la Pastoral de Turismo y el rol que cumple. Es el área de la Iglesia que evangeliza al mundo del turismo y tiene como función hacerlo más humano y cristiano, en todos los ámbitos. Explica que el principal problema es que el turismo sólo piensa como un beneficio económico y no como un valor social y solidario.

Destacó la importancia de la Pastoral a nivel mundial. Existe en muchos países y su sede central se encuentra en el Vaticano, en donde él tuvo la oportunidad de trabajar. Tiene un diálogo muy fluido con entes privados como hoteleros y gastronómicos. Existe una comisión llamada Gente de Turismo que se encarga de Organizar eventos entre los entes privados y las comisiones eclesiales y tratar sobre turismo.

Cuando se consultó acerca de la evolución del turismo religioso, detalló que el fenómeno se acrecienta a nivel mundial. Un claro ejemplo es la ciudad de París que es la mayor receptora de turismo en el mundo, y la segunda ciudad del país con más afluencia es Lourdes, y es un centro religioso. Sucede lo mismo con Luján que es el principal y luego San Nicolás. Culmina la pregunta agregando más detalles sobre otros centros de peregrinación del país.

Según Manuel Martínez, es muy difícil establecer el porcentaje de la actividad turística que representa el turismo religioso a nivel nacional, ya que no cree mucho en números porque nunca son exactos. Una buena manera de contabilizar a los peregrinos es mediante las fuerzas de seguridad, que realizan una estimación de personas según el control que realizaron durante las fiestas religiosas.

En cuanto al crecimiento de hoteles y restaurantes, lo afirma completamente aunque citando el ejemplo de San Nicolás, se debería fomentar otra actividad que atraiga más turistas para así los hoteles tener una mayor ganancia, y los restaurantes suelen subir los precios a raíz de la gran cantidad de peregrinos, como sucede en Luján con precios imposibles comparando con la calidad.



Finalizando la entrevista, hizo especial hincapié a la posición que toma San Nicolás como destino religioso en el país, diciendo que es un destino muy fuerte y el segundo más importante de Argentina, y además cuenta con peregrinos muy fieles por la particularidad de la aparición de la Virgen María del Rosario en el predio El Campito.

Por último, hizo una breve síntesis acerca del libro que él mismo escribió: “Perspectivas para pensar el Turismo: Documentos Pontificios sobre el Turismo”, que se utilizó como información y definiciones para el marco teórico de esta investigación. Fue la primera vez que la Iglesia Católica y un ente público trabajaron en conjunto para imprimir un documento y trata sobre el pensamiento de la Iglesia, principalmente de los papas acerca de la actividad turística, sus visiones y objetivos para humanizar al turismo.

### **Comentario final:**

Todas las entrevistas fueron difíciles de conseguir, tal y como se expresa en las limitaciones de la investigación. Se debieron pactar con un buen tiempo de anticipación, ya que los informantes calificados realizan muchas tareas diarias y no se encuentran muy disponibles, a excepción de Santiago Chervo.

Se realizaron los días 2 y 3 de septiembre en la ciudad, salvo la entrevista con Manuel Martínez, efectuada en la Casa del Clero en Capital Federal.

Por medio de éste instrumento se consiguieron datos e información que no se tenían previamente, y los informantes clave contaban con mucha experiencia en su rubro como para brindar datos nuevos y sus opiniones que son determinantes. A raíz de las entrevistas se pueden encontrar fortalezas y debilidades en el sistema turístico de San Nicolás.

### **ANÁLISIS DE LAS PLANILLAS DE OBSERVACIÓN:**

Se diseñó una planilla de observación con varios aspectos a considerar, y se dividió el plano de la ciudad en seis áreas, como se explicó anteriormente. Cada planilla corresponde a un área distinta. Las planillas se encuentran adjuntas en el anexo. Se completaron los días 2 y 3 de septiembre de 2014.

A continuación se detalla el análisis de cada una de las áreas. La observación es subjetiva.

#### **Área 1: Santuario, Paseo Costanero y Parque Aguiar**

1. En cuanto a los accesos, el Paseo Costanero se encuentra en muy buen estado. Se pudo apreciar la reciente obra pública de pavimentación, nueva señalización e

instalación de juegos infantiles. La calle que da a la entrada al Santuario se está construyendo, y hay un proyecto de hacerla peatonal. El avance es muy pausado.

2. Es el área donde se encuentran más atractivos turísticos. El Santuario de la Virgen del Rosario, el Balneario Municipal, El Parque Aguiar y el Paseo Costanero. El Santuario se encuentra muy bien cuidado dadas las circunstancias de su construcción, que no ha finalizado. El Balneario Municipal tiende a tener un estado de abandono y en el Parque Aguiar se pueden realizar muchas actividades, en las que se observó más la cantidad de gente caminando y practicando trote en los accesos al mismo.
3. En cuanto a la higiene y limpieza, el alrededor del Santuario se encuentra en pésimas condiciones, con muchos residuos en la calle y genera contaminación visual al intentar contemplar el mismo. En cuanto al Paseo Costanero se puede apreciar la colocación de nuevos cestos de basura, aunque hay residuos por las calles.
4. Hay una oficina de información turística dentro del predio El Campito en donde se encuentra el Santuario, pero está abierta únicamente los sábados y domingos, donde se suponen más cantidad de peregrinos.

### **Área 2: Plaza Mitre y Catedral**

1. Desde cuadras anteriores se pudo observar señalización indicando la dirección de la Plaza Mitre que es el corazón de la ciudad. Tiene muchos accesos, dado a que es una plaza de mucha extensión.
2. Como atractivo se puede encontrar la plaza Mitre que es la principal de la ciudad, la Catedral San Nicolás de Bari frente a la plaza, y la única peatonal de la ciudad que comprende los históricos aunque modernos bares La Mira y El Poeta de excelente infraestructura y servicio para pasar un momento. En un radio de 200 metros se encuentra La Casa del Acuerdo, principal atractivo histórico en donde se firmó el pacto preconstitucional más importante a nivel nacional, y el Museo de la Ciudad Gregorio Santiago Chervo. Ambos edificios están bien conservados, dado que son dependencia nacional y municipal respectivamente. La Catedral se encuentra en un perfecto estado y pareciera recién pintada de blanco.
3. Se puede sentir aire puro y el sonido de los pájaros dado a la inmensa cantidad de árboles que se encuentran en la Plaza Mitre. De noche, está completamente iluminada y es un área totalmente ciudad con muchos cestos de basura. Es el área más limpia de la ciudad.

4. En la Peatonal, se puede observar una casilla con el logo del Ente Mixto de Promoción Turística. Está completamente cerrada y funcionó hasta fines del año 2013 cuando se disolvió el ente.

### **Área 3: Parque San Martín y Palacio Municipal**

1. Se puede observar un solo cartel de señalización al Parque San Martín que se encuentra al noreste de la ciudad. El pavimento del área se encuentra mayormente en buen estado.
2. Es un área que no cuenta con muchos atractivos. El Parque San Martín parece abandonado, con césped crecido y falta de iluminación. En él se observa un anfiteatro importante, que no tiene uso y está despintado. A 300 metros se encuentra el Palacio Municipal de excelente fachada para sacar una fotografía. No hay actividades para realizar en el lugar. No es un área muy transitada.
3. El césped está muy alto en el parque y no cuenta con cestos de basura. A causa de esto se puede observar suciedad en el espacio verde.
4. No hay oficinas de información turística

### **Área 4: Teatro Municipal Rafael de Aguiar y alrededores**

1. Se puede observar que es el centro comercial de la ciudad. Hay una buena cartelera de señalización pero no es completa. Se puede observar la prolijidad y de noche hay mucha iluminación por las calles.
2. En esta área sólo se encuentra el Teatro Municipal Rafael de Aguiar como atractivo principal. Representa el ícono de la cultura nicoleña, y es considerado el “pequeño Colón”. Allí se realizan los principales eventos artísticos de la ciudad. Se encuentra en la esquina de De la Nación y Maipú. Se observa el buen estado de conservación que tiene. En el primer piso funciona actualmente la oficina de cultura de la Municipalidad. En los alrededores se encuentran los bancos, todo tipo de comercios, supermercados, un hospital, entre otros.
3. El centro comercial se observa muy limpio, sin basura en la calle y con cestos de basura en las esquinas.
4. Éste área no cuenta con oficinas de información turística.

### **Área 5: Barrio Somisa**

1. Se encuentra en la parte este de la ciudad al límite con Ramallo. Se puede acceder por la Ruta Nacional N°188 que es otro acceso que tiene la ciudad y por dentro se accede por la Avenida Savio. Ambos están bien señalizados y se observa buen estado de pavimento.
2. Éste área cuenta con un solo atractivo que es la Iglesia del Espíritu Santo, construida en acero y con forma de cruz. Su mantenimiento es excelente. En su cercanía se encuentra la Empresa metalúrgica Siderar, ex Somisa. Es un barrio apartado de la ciudad.
3. Se observan muchos chalets y prolijidad, típico de un barrio residencial. Muy buen nivel de higiene y limpieza, y no hay residuos.
4. No hay oficinas de información turística.

### **Área 6: Terminal de ómnibus y parador de San Nicolás**

1. El parador se encuentra en la entrada a la ciudad sobre la Ruta Nacional N°9, de excelente estado. Aquí arriban las principales empresas de micros provenientes de Capital Federal. Continuando por la calle Perón se accede a la ciudad y allí se encuentra la Terminal de Ómnibus. Se realizaron nuevas obras de pavimento en los accesos a la ciudad.
2. En el área se encuentra el Anfiteatro Metalúrgico que se observa realmente imponente. Tiene una capacidad para 20 mil personas y aquí se realizan los eventos musicales en la ciudad. Tiene un buen estado de conservación.
3. El área en algunos aspectos parece abandonada, y se observan casas muy humildes. La higiene en el parador es regular y no hay cestos de basura. Falta de asientos de espera de micros.
4. La Terminal de Ómnibus cuenta con la única oficina de información turística que está abierta todos los días en la ciudad. Es la oficina principal. La calidad de atención y predisposición de los empleados fue muy buena, brindando todo tipo de folletería. En cuanto al parador, al ingresar se ve el stand de información vacío, producto de la disolución del Ente Mixto de Promoción Turística. Dejó de funcionar a fines del año 2013.

**QUINTA PARTE**

CAPITULO 8:

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

## **ANÁLISIS FODA**

Como se detalló en el Capítulo “Marco Teórico: Análisis FODA”, es una herramienta de análisis que puede aplicarse a cualquier situación, individuo, producto, empresa etc., en donde tiene como función determinar las fortalezas y debilidades como análisis interno, y las oportunidades y amenazas como análisis externo.

Es una herramienta que permite conocer la situación real en la que se encuentra un lugar, organización o individuo. Para lograr el equilibrio entre la capacidad interna y externa se deberán implementar estrategias. A continuación se exhibe el Análisis FODA de la ciudad de San Nicolás en cuanto a su funcionamiento turístico.

### **Análisis interno:**

#### **Fortalezas:**

- Accesos a la ciudad por Ruta Nacional N°9 y Ruta Nacional N°188 totalmente asfaltadas, con buena señalización y excelente estado.
- Gran variedad de empresas de micros de larga distancia con frecuencias diarias y a cada hora, desde Capital Federal.
- La ciudad cuenta con un referente identitario gracias al nuevo patrimonio cultural-religioso.
- Ciudad muy conocida a nivel nacional por ser el segundo destino turístico religioso más visitado, luego de Luján.
- Cuenta con un atractivo de cuarta jerarquía, como lo es el Santuario Virgen María del Rosario.
- Dos grandes acontecimientos programados de jerarquía, como lo son el Aniversario de la Virgen del Rosario y la Fiesta del Patrono San Nicolás de Bari.
- Muy buen estado de conservación y limpieza únicamente en el radio céntrico.
- Presencia de un parque botánico y forestal como es el Parque Aguiar, en la que se puede realizar muchas actividades de turismo aventura.
- El Río Paraná y todas las actividades náuticas que se pueden realizar en él.
- Nuevo Paseo Costanero totalmente equipado, parquizado, señalizado y con juegos infantiles.

- Tercer edificio histórico de mayor importancia a nivel nacional, como lo es la Casa del Acuerdo.
- Gran variedad de equipamiento hotelero y gran cantidad de oferta gastronómica de todo tipo.
- Destino de turismo de congresos y convenciones durante todo el año, con hoteles equipados para albergar a más de mil personas.
- Gobierno Municipal totalmente comprometido a realizar y finalizar obras públicas atrasadas, generando indirectamente un beneficio al turismo como actividad.
- Existencia de Cámara de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines, reagrupando y representando a todos los establecimientos inscriptos en toda la ciudad.
- Gran amabilidad y cordialidad de la población residente.

Debilidades:

- Gran identidad religiosa de la ciudad, por lo que otros atractivos con que cuenta se encuentran relegados.
- Muy poco conocimiento de los atractivos turísticos de la ciudad por parte de los turistas.
- Falta de mantenimiento, control e inversión en el Parque Botánico y Forestal Rafael de Aguiar, desaprovechando su potencial.
- Inexistencia de un plan de capacidad de carga referente al Parque Rafael de Aguiar.
- Total abandono y muy mal estado del Balneario Municipal, próximo al Parque Aguiar.
- Escasa identificación y puesta en valor de los atractivos, exceptuando el Santuario.
- Falta de señalización turística en toda la ciudad.
- Pavimento incompleto en las calles que acceden al Santuario de la Virgen.
- Residuos y mucha suciedad alrededor del Santuario y en muchos sectores de la ciudad.

- Equipamiento hotelero insuficiente para alojar a miles de turistas los días 25 de cada mes.
- Falta de inversión de la Municipalidad en el rubro turístico.
- Nueva articulación del sector Cultura y Turismo en una misma secretaría, por lo que alguno de los dos rubros queda siempre un poco más relegado que otro.
- Promoción casi nula de la actividad turística de San Nicolás, por parte de la Subsecretaría de Cultura y Turismo.
- Burocracia entre el sector de la Iglesia y la Municipalidad, para relacionarse con temas respecto a organización de la Fiesta de la Fe.
- El Parador de San Nicolás, principal receptivo de turistas y terminal de micros de larga distancia, se encuentra en muy mal estado e inclusive no cuenta con una oficina de información turística, siendo un lugar clave.
- Existencia de un solo puesto de información turística abierto todos los días, y ubicado en la Terminal de Ómnibus, terminal a la que no llegan la mayoría de los turistas.
- Escasa cantidad de personal idóneo en turismo en la Subsecretaría, ya que más de la mitad de los empleados del Ex Ente Turístico fueron distribuidos a otros sectores de planta permanente de la Municipalidad.
- Relación casi nula de la Municipalidad para con los residentes, en cuestión de capacitación y concientización de lo que significa la actividad turística.
- Inexistencia de una Secretaría de Desarrollo Económico.
- Posible rechazo de residentes a turistas.

**Análisis externo:**

**Oportunidades:**

- ❖ Distancia de San Nicolás con respecto a Rosario y Capital Federal, 60 y 254 kilómetros respectivamente.
- ❖ Inclusión de San Nicolás como Circuito Interprovincial religioso (Buenos Aires-Entre Ríos-Santa Fe).



- ❖ Participación de la Subsecretaría de Cultura y Turismo en eventos, congresos y jornadas de turismo en el país.
- ❖ Más desarrollo del turismo de congresos y convenciones y más cantidad de eventos en la Provincia de Buenos Aires.
- ❖ Realización de nuevos concursos y competencias de pesca deportiva.
- ❖ Gran cantidad de feriados “puente” generando fines de semana largos y prolongación de la estadía de turistas en la ciudad.
- ❖ Mayor cantidad de peregrinos por año, gracias al efecto Papa Francisco.
- ❖ Posible creación de la Comisión Latinoamericana de Turismo Religioso y futura promoción de la Virgen del Rosario de San Nicolás.
- ❖ Mayor interés y demanda de turismo rural y turismo aventura.
- ❖ Comercialización del destino turístico religioso en Agencias de Viajes.

Amenazas:

- ❖ Posible contaminación del Río Paraná y los Arroyos Del Medio, Yaguarón y Ramallo.
- ❖ Distancia con la ciudad de Rosario, de mayor importancia y con un mejor equipamiento.
- ❖ Gran crecimiento de Paraná y Ramallo en cuanto a destinos turísticos estivales de playa.
- ❖ Inflación a nivel nacional y aumento de nafta y tarifas de micros de larga distancia.
- ❖ Bajo nivel de gasto de los turistas en la ciudad, ya que en su gran mayoría son excursionistas de día.
- ❖ Demanda actual más exigente.
- ❖ Peregrinos que optan por pernoctar en casas de familias.
- ❖ Mayor inseguridad en la ciudad y más aún a nivel nacional.
- ❖ Condiciones climáticas que afecten principalmente a realizar actividades de turismo aventura y pesca deportiva.

## **Conclusiones**

El objetivo principal de esta investigación es realizar un diagnóstico de la situación actual de la ciudad de San Nicolás para saber en qué estado se encuentran todos los componentes de su sistema turístico y de qué manera se interrelacionan. Estos componentes se desarrollan en un marco de crecimiento económico, de infraestructura, y de importancia de la ciudad a nivel nacional; producto de actividad turística impulsada por la religión y la fe.

En el momento que se efectuó el primer trabajo de campo, el día domingo 9 de noviembre del año 2013, solo se realizaron las planillas de observación. Se partió de que la hipótesis de la investigación era muy saludable y alcanzaría un aceptable grado de veracidad. Esto se afirmaría más tarde con un nuevo trabajo de campo en el cual se entrevistaría a idóneos en el rubro y se encuestaría a turistas y residentes los días 2 y 3 de septiembre de este año.

En primer lugar se confirma el perfil religioso de San Nicolás de los Arroyos, ya que la gran mayoría de los turistas que llegan a la ciudad lo hacen con el motivo de visitar el Santuario y ver a la Virgen María. El turismo religioso demuestra ser un turismo fiel. La constante visita de peregrinos; la historia muy particular del milagro que sucedió en la ciudad; y la cordialidad y amabilidad de los residentes en su mayoría, hacen que el visitante vuelva a elegir San Nicolás para una visita de fin de semana o días de semana, si se busca más tranquilidad; como es el caso de personas de la tercera edad que al haber finalizado su actividad laboral, aprovechan esta opción.

Pero las causas del turismo, aunque no dejan de ser importantísimas para el desarrollo de la actividad, son adicionales a la motivación de los visitantes. Realmente se trata de fe, de creer en lo divino, de trasladarse a un lugar sin importar los kilómetros recorridos, siempre y cuando sea accesible, a refugiarse en el Santuario y en la imagen o escultura de la Virgen del Rosario, y agradecer lo concedido, o de realizar una petición en pos de aliviar un estado de crisis o desesperación.

Todas estas causas y motivaciones, acompañadas del contexto histórico y social con el que se vivía en la ciudad frente a la posible privatización de SOMISA por parte de Ricardo Alfonsín; y de la concreción final de ésta durante el gobierno de Carlos Menem, conforman un conjunto de situaciones por las cuales el cambio de identidad de la Ciudad del Acero era inevitable. Todo este análisis fue tenido en cuenta por la Iglesia Católica cuando la Santa Sede aprobó el milagro y tomó como verídica la aparición de la Virgen María ante Gladys Quiroga de Motta. Ya que la inmensa cantidad de fieles cristianos acuden a esta ciudad a presenciar una nueva aparición o milagro, la Municipalidad se vio obligada a ceder los terrenos de El Campito para la construcción del Santuario, como, según Quiroga de Motta, lo quería la Virgen María.

Se podría llegar a la conclusión de que el Municipio y la Iglesia son los actores más interesados en desarrollar una nueva actividad en la ciudad, que es el turismo abocado a lo religioso. El desarrollo de la investigación permite que sea inevitable que esto salga a la luz y se puedan identificar tres razones principales de este nuevo desarrollo económico de la ciudad. La primera; el contexto social, como se explicó en párrafos anteriores. La segunda; lograr aportes económicos por parte de los peregrinos para construir el Santuario de la Virgen y así fomentar la visita de más turistas al mismo. Y la tercera; generar una nueva identidad a la ciudad, fomentando el turismo motivado por la religión, el cual se plasma en una actividad totalmente aprobada en el mundo, en donde más de 2300 millones de personas son devotas del cristianismo.

Las encuestas realizadas a residentes fueron determinantes para analizar los impactos positivos y negativos que genera el turismo en la ciudad. Actualmente, el turismo es una fuente generadora de empleo en todos sus rubros en cualquier parte del mundo; y de tener un adecuado funcionamiento, el sistema genera beneficios y una ganancia económica para la comunidad local, como es el caso de San Nicolás. Pero la ciudad todavía no se acostumbra a recibir a miles de turistas en un día. Su comunidad sigue siendo inexperta en este sentido. Probablemente sea por incompetencia del Municipio y las escasas obras de infraestructura turística y una correcta distribución de los espacios territoriales. El turismo en San Nicolás genera acumulación de residuos, malos olores y un bullicio molesto por el cual la ciudad nunca se caracterizó, según la opinión de vecinos. La diferencia que más se puede apreciar, y que genera rechazo, es la cantidad de gente en la ciudad los días festivos y los días 25 de cada mes. Como se mencionó anteriormente, algunos residentes encuentran muy nueva a la actividad y notan los impactos negativos, aunque la actividad turística y el crecimiento de peregrinos no pueden frenarse y será cuestión de costumbre.

Aunque el turismo sea un beneficio económico para las partes receptoras involucradas, el turismo religioso en sí implica un bajo gasto por parte de los turistas. En Lourdes, el mayor centro de peregrinación en el mundo, la infraestructura turística y la planta con la que cuenta es tal, que los visitantes dejan mucho dinero y hasta pernoctan más de una noche en el centro. En la ciudad de San Nicolás sucede lo contrario. Según las encuestas realizadas y por medio de las entrevistas se determina que los turistas más bien son excursionistas de día. Los hoteleros se encuentran perjudicados por este perfil de visitante de día, y en menor medida los empresarios gastronómicos. En el caso de alojamientos, los propietarios ven muy difícil el mantenimiento de sus hoteles y ruegan por una menor estacionalidad en el destino, con más actividades para realizar y con la puesta en valor de atractivos turísticos. A esto se le suma la cantidad de vecinos que brindan su casa para alojarlos en vísperas del 25 de septiembre.

En segundo lugar, relegando la actividad religiosa y teniendo en cuenta el diagnóstico del sistema turístico realizado se puede afirmar con seguridad que la ciudad cuenta con atractivos suficientes y con jerarquía para atraer turistas, más que peregrinos.

No existen muchas ciudades en el país que cuenten con una reserva de más de 1400 hectáreas, la importancia de un río, el tercer museo más destacado en cuanto a historia a nivel nacional, la plaza principal en perfecto estado, y muy buenos medios de acceso de entrada a la ciudad. El Parque Rafael de Aguiar es receptivo de turistas que buscan actividades abocadas al turismo aventura, avistaje de flora y fauna autóctona y es un espacio para realizar caminatas o recorrer toda la zona en bicicleta. El Río Paraná y los tres arroyos que desembocan en él, son aguas que se destacan por su variedad de peces y diariamente se realiza la práctica de pesca deportiva con guías. Los paseos en lancha también son una buena opción para el turista. La Casa del Acuerdo es un museo con excelente mantenimiento, muy visitado principalmente por cursos de escuelas primarias; es decir, que es reconocido principalmente por el residente por ser un edificio que identificó en su primer momento al lugar como “La Ciudad del Acuerdo”.

El principal inconveniente de estos puntos fuertes con los que cuenta la ciudad es que los atractivos no son promocionados por la Subsecretaría de Cultura y Turismo actual. En la mayoría de los casos, el turista que llega conoce únicamente el Santuario de la Virgen si no se informa en la oficina de la Subsecretaría ubicada en la terminal de ómnibus. Ésta oficina es la única manera que tienen los turistas de informarse acerca de los atractivos turísticos. Hay turistas que ingresan a la Catedral de San Nicolás de Bari, porque les llama la atención su color blanco y porque se encuentra frente a la plaza principal, pero desconocen estar ingresando a la Catedral de la ciudad. Muchos de ellos en las encuestas manifestaron su conocimiento acerca del Nuevo Paseo Costanero, debido a que la ciudad está plagada de carteles con la foto del paseo y el logo “Hacer o No Hacer” de la intendencia de Ismael Passaglia abocado a la obra pública.

En el ámbito turístico, la superestructura es uno de los puntos más débiles del sistema e influye de manera determinante en él. La disolución del Ente Mixto de Promoción Turística tuvo como consecuencia la debacle en la promoción de las diversas actividades que se podían realizar en la ciudad y del perfil que trató de ampliar, además del religioso. La promoción y presentación de San Nicolás en los eventos, jornadas y congresos contaba con cinco perfiles: Histórico, Cultural, Religioso, Natural y Negocios. Entre los años 2007 y 2011, cuando esto se fomentó, la ciudad registró la mayor cantidad de visitantes en años, alcanzando una suma de más de dos millones de turistas por año. Como tantas veces se enunció en el desarrollo de este trabajo, se decidió acortar el presupuesto a la actividad,

achicar el personal idóneo en turismo y promover únicamente el turismo religioso, y sólo en las fechas festivas.

Es claro que la imagen promovida por el Municipio en la ciudad, es cumplir con las obras públicas de carácter necesario para sus habitantes, relegando así al turismo al cuarto o quinto plano de proyectos.

El turismo religioso es fácil de fomentar, comercializar y promocionar. Para la entera realización de este trabajo de investigación, es necesario interiorizarse en el tema y tratar de interpretar el sentimiento religioso, en este caso, católico. Esto implica estar en el lugar de los peregrinos y tratar de pensar como ellos, una tarea muy difícil pero no imposible. Los peregrinos no conforman una demanda exigente. Caminarán lo necesario, dormirán donde sea y el verdadero peregrino no necesitará de un hotel de categoría 3 estrellas para pasar una noche. Es humano y solidario y confía en el prójimo, en los residentes que les brindan sus instalaciones, en caso de ser necesario.

Lo que tendría que plantearse la Subsecretaría de Turismo y Cultura, es cómo convertir al peregrino en un turista real. A su vez, debería releer todo lo que logró el Ente Mixto en años anteriores, si realmente tiene interés de hacerlo. En San Nicolás habrá elecciones el año próximo, 2015. ¿Se producirá la reelección del intendente Ismael Passaglia, o asumirá otra intendencia que podrá beneficiar directamente a la actividad turística de la ciudad? Sólo los residentes lo sabrán.

## **Propuestas**

Uno de los objetivos principales de este trabajo de investigación es armar propuestas y estrategias para fomentar un correcto funcionamiento del sistema turístico de San Nicolás, ya que existen falencias en él. A su vez, hay aspectos positivos en el sistema, que deberían seguir en pie.

Lo que se busca es la puesta en valor de atractivos turísticos con los que cuenta la ciudad para poder diversificar la oferta. Para la implementación de estrategias se tendrá en cuenta el análisis interno y externo expuesto en el FODA.

El Municipio será el actor más influyente y encargado de llevar a cabo las estrategias que se detallan, con la ayuda de sectores privados como por ejemplo la Cámara de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines.

Se sugieren las siguientes propuestas:

- Tener en cuenta la actividad turística como uno de los principales objetivos de desarrollo por parte del Municipio, acompañada de políticas de estado municipal de promoción.
- Crear nuevamente una Secretaría de Desarrollo Económico que impulse la creación de programas y proyectos para hacer del turismo una actividad económica positiva para la ciudad.
- Crear puestos de trabajo de idóneos en el rubro turístico a la Subsecretaría de Cultura y Turismo para contar con un personal experimentado capaz crear e incentivar ideas y proyectos para mejorar el sistema turístico de la ciudad.
- Desarrollar un nuevo programa de investigación que esté orientado al análisis del mercado, principalmente de la demanda turística. Con el resultado se sabrá qué acciones de promoción implementar, qué aspectos se deben mejorar y qué puntos fuertes se deben tener en cuenta.
- Promocionar de manera constante el turismo mediante medios de comunicación; nombrando los atractivos turísticos y las diversas actividades que se pueden llevar a cabo en ellos y en la ciudad. Los canales de comunicación podrán ser televisivos, radiales, a través de redes sociales y El Norte, diario de la ciudad.
- Crear una página web oficial de San Nicolás, con la que hoy no cuenta, ya que actualmente internet es el medio por excelencia y elegido por los turistas cuando se informan acerca de una ciudad; sus atractivos, accesos, alojamientos, actividades, etc.
- Lograr el trabajo en conjunto con otros municipios o localidades para fomentar el turismo interno.
- Reglamentar las acciones turísticas que se pueden realizar en los atractivos, con el fin de proteger los recursos naturales, culturales e históricos.
- Lograr una mayor participación de la Subsecretaría de Cultura y Turismo en los eventos y congresos destacados a nivel nacional para mejor inserción turística en el mercado.
- Crear políticas de promoción turística para lograr una mayor estancia de los turistas en la ciudad, tratando de consolidar a San Nicolás como un centro de estadía.

- Promover circuitos históricos, culturales, naturales y religiosos con guías que estén inscriptos bajo Ordenanza del Municipio; capacitados completamente para guiar un contingente de turistas que deseen conocer más la ciudad y no realizar las actividades por su cuenta.
- Organizar la reapertura de oficinas de información turística en los lugares más frecuentados por los visitantes.
- Dotar de servicios turísticos y puesta en valor del Parque Botánico y Forestal Rafael de Aguiar y crear un plan de capacidad de carga y control para evitar futuros problemas por la acumulación de turistas y residentes; teniendo siempre en cuenta el desarrollo sustentable del lugar.
- Reflotar el histórico Balneario Municipal que hoy es sólo un espejo de agua. Invertir en él para la construcción de instalaciones de playa para ser una buena opción de turismo estival y así diferenciarse de los municipios aledaños.
- Generar un corredor turístico histórico entre la zona del Santuario y la Plaza Mitre, señalizando todas las calles e indicando los accesos a los atractivos turísticos.
- Implementar proyectos que permitan mejorar el aspecto de la zona del Santuario de la Virgen, para brindar al peregrino una estadía más comfortable.
- Fomentar la participación de la comunidad local en la actividad turística para que se sientan parte de ella y así lograr su apoyo al turismo local, ya que si los residentes no acompañan en el desarrollo, será muy difícil alcanzar un correcto funcionamiento del sistema turístico.
- Realizar capacitaciones constantes para todos los prestadores de servicios turísticos que se ofrecen en la ciudad para los visitantes; con objetivo de perfeccionarlos y generar una mejor calidad de servicio. Se podrá efectuar mediante cursos o reuniones dictados por profesionales en turismo.

## **SEXTA PARTE**

### CAPITULO 9:

## BIBLIOGRAFIA Y FUENTES CONSULTADAS



**Libros:**

- ACERENZA, M. Administración del Turismo: Conceptualización y Organización. Ed Trillas. México. 2000.
- ALMIRON, A y TRONCOSO, C. Valorización Turística del Patrimonio. 2005.
- ANDER EGG, E. “Técnicas de investigación social” Ed. Magisterio del Río de la Plata. Buenos Aires, Argentina. 1980.
- ANDER EGG, E. Introducción a la planificación estratégica. Ed. Lumen. 2007.
- BERTONCELLO. R. “Turismo y Geografía” Ed. CICCUS. Buenos Aires. 2008.
- BERTONCELLO, R. Turismo y territorio: otras prácticas, otras miradas. Universidad de Mar del Plata. 2002.
- BLACK, S. El ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000. 1996.
- BOTE GOMEZ, V. Planificación Económica del Turismo. Ed Trillas. México. 1997.
- BOULLON. R. “Planificación del espacio turístico”. Ed Trillas. México. 1984.
- BOULLON. R. “Actividades turísticas y recreacionales”. Ed. Trillas. México. 1986.
- BOULLON.R. “Los Municipios Turísticos”. Ed Limusa. México. 1994.
- BURBRIDGE. H. “Turismo religioso y santuarios”. Gráfica Valero. Buenos Aires. 1992.
- CAPRIOTTI, P. La imagen de la empresa: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España. Ed El Ateneo. Madrid. 1997.
- CÁRDENAS TABARES F. “Proyectos Turísticos”. Ed Trillas. México D.F. 1994.
- COHEN, E. Principales tendencias en el turismo contemporáneo. Jerusalén. 2005.
- DEL CARRIL, F. Introducción a la Teología para universitarios. Bs As. 2010.
- DOCUMENTO DE LA SANTA SEDE. El Santuario: Memoria, presencia y profecía del Dios vivo. 1990.

- FERNANDEZ FUSTER, L. Introducción a la teoría y técnicas del turismo. Ed Alianza. Madrid. 1985.
- FLORES, F. De la Ciudad del Acuerdo a la Ciudad de María. Universidad de Buenos Aires. 2011.
- GEMELLI, A. Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biósfera y Sitios Ramsar de Argentina. Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación. Bs As. 2008.
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto. “Metodología de la investigación”. Ed. Mac Graw-Hill. Colombia. 1991.
- JIMENEZ GUZMAN, L. En: Teoría Turística: Un enfoque integral del hecho social. Bogotá. 1986.
- KOTLER, P. Mercadotecnia de Localidades. Ed. Diana. 1994.
- MARTINEZ MACIEL, Manuel. Perspectivas para pensar el Turismo. Conferencia Episcopal Argentina. 2008.
- MATHIESON, A y WALL, G. Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales. Ed. Trillas. México. 1990.
- MAZON.T. “Sociología del turismo”. Ed Ramón Areces S.A. Madrid. 2001.
- MOLINA, S. “Conceptualización del Turismo”. Ed Limusa Noriega Editores. Mérida. 1997.
- MOLINA, S. Turismo: Metodología para su planificación. Ed. Trillas. México. 1997.
- MONTANER MONTEJANO, J. Estructura del mercado turístico. 2da ED. Ed Síntesis. Madrid. 1996.
- MORENO DELGADO, N. Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales. 2008.
- OMT. Introducción al Turismo. 1ra ED. Ed EGRAF. Madrid. 1998.
- PAMPI ZEBALLOS DE SISTO, M .Turismo Sustentable: ¿Es posible en Argentina? Ed. Turísticas. Bs As. 2009.

- PEREZ, C. Soy tu Madre: Visión testimonial del acontecimiento mariano. Centro de Difusión del Santuario de la Virgen del Rosario. 2007.
- PRATS, L. El Concepto de Patrimonio Cultural. Barcelona. 1998.
- ROBBINS, S. Administración. 6ta ED. Ed Prentice Hall. México. 2000.
- RODIL, A. El fenómeno religioso y la reconfiguración urbana de San Nicolás de los Arroyos. 2005.
- RUBIO, J; VARAS, J. El análisis de la realidad en la intervención social: Métodos y técnicas de investigación. Ed. CCS. Madrid. 1988.
- SABINO, Carlos. Cómo hacer una Tesis: Guía para elaborar y redactar trabajos científicos. Caracas, Editorial PANAPO, 1987.
- SANCHO Y PEREZ, P. Tourism demands in Spain: a panel data analysis. 1995.
- SANTANA TALAVERA, A. Encuentros Turísticos: Efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales. 1994.
- SERNATUR Gobierno de Chile “Orientación para el Diseño de un Plan de Desarrollo Turístico en Destinos Turísticos (Pladetur)” 2008.
- SILVA LIRA, I. “Metodología para la elaboración de estrategias de Desarrollo Local”. Santiago de Chile, Chile. 2003.
- TOYOS, M; MASSAFRA, M. Cómo escribir una Tesis en Turismo. 1 ED. Ediciones Turísticas. Bs As. 2009.
- URRY, J. Consuming places, Sociology, geography, cultural studies. Leisure, urban and regional studies. Londres. 1995.
- VIEYTES. R. Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: Epistemología y técnicas. Ed. De las Ciencias. Bs As. 2004.
- VILAR, L y VIDAL, G. Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad. 2000.

**Artículos periodísticos:**

- “Y la Virgen miró nuestra ciudad”; Diariounorte.com.ar (Revista en línea); 2014 Septiembre 25; Disponible desde: URL: [http://www.diariounorte.com.ar/nota44399\\_y-la-virgen-miro-nuestra-ciudad.html](http://www.diariounorte.com.ar/nota44399_y-la-virgen-miro-nuestra-ciudad.html)
- “En Mayo quedó inaugurada la casa de la Virgen”; Diariounorte.com.ar (Revista en línea); 2014 Septiembre 25; Disponible desde: URL: [http://www.diariounorte.com.ar/nota44400\\_en-mayo-queda--inaugurada-la--casa-de-la-virgen-.html](http://www.diariounorte.com.ar/nota44400_en-mayo-queda--inaugurada-la--casa-de-la-virgen-.html)
- “Masiva peregrinación hacia San Nicolás”; Clarin.com (Revista en línea); 2014 Septiembre 15; Disponible desde: URL: [http://www.clarin.com/sociedad/Masiva-peregrinacion-San-Nicolas\\_0\\_1212478794.html](http://www.clarin.com/sociedad/Masiva-peregrinacion-San-Nicolas_0_1212478794.html)
- “Reunión de la Comisión Argentina de Turismo de Fe”; Fehgra.org.ar (Revista en línea); 2014 Junio 24; Disponible desde: URL: [http://www.fehgra.org.ar/newsletter\\_detalle.php?noticia\\_de\\_newsletter\\_id=985](http://www.fehgra.org.ar/newsletter_detalle.php?noticia_de_newsletter_id=985)
- “La secretaría participó de reunión de la Comisión Argentina de Turismo de la Fe”; Turismo.gba.gov.ar (Revista en línea); 2014 Junio 23; Disponible desde: URL: [http://www.turismo.gba.gov.ar/prensa/noticia\\_noticia.php?id=1591](http://www.turismo.gba.gov.ar/prensa/noticia_noticia.php?id=1591)
- “Anticipan nuevo circuito de Turismo de la Fe entre San Nicolás y Pergamino”; Treslineas.com.ar (Revista en línea); 2014 Junio 25; Disponible desde: URL: <http://www.treslineas.com.ar/anticipan-nuevo-circuito-turismo-entre-nicolas-pergamino-n-1122471.html>
- “Parque Aguiar: la necesidad de políticas sostenidas en el tiempo”; Diariounorte.com.ar (Revista en línea); 2014 Marzo 25; Disponible desde: URL: [http://www.diariounorte.com.ar/nota36909\\_parque-aguiar-la-necesidad-de-politicas-sostenidas-en-el-tiempo.html](http://www.diariounorte.com.ar/nota36909_parque-aguiar-la-necesidad-de-politicas-sostenidas-en-el-tiempo.html)
- “Un día como hoy en 1942 se creó la Diócesis de San Nicolás”; Diariounorte.com.ar (Revista en línea); 2014 Junio 23; Disponible desde: URL: [http://www.diariounorte.com.ar/nota40503\\_un-dia-como-hoy-de-1942-se--creo-la-diocesis-de-san-nicolas.html](http://www.diariounorte.com.ar/nota40503_un-dia-como-hoy-de-1942-se--creo-la-diocesis-de-san-nicolas.html)
- “Cultura y Turismo son áreas que se pueden repotenciar”; Diariounorte.com.ar (Revista en línea); 2014 Enero 11; Disponible desde: URL:

[http://www.diarioelnorte.com.ar/nota34649\\_%E2%80%9Ccultura-y-turismo-son-areas--que-se-pueden-repotenciar%E2%80%9D.html](http://www.diarioelnorte.com.ar/nota34649_%E2%80%9Ccultura-y-turismo-son-areas--que-se-pueden-repotenciar%E2%80%9D.html)

- “El Ejecutivo busca disolver el Ente Mixto de Turismo: lo anunció Passaglia, y adelantó que Turismo se fusionaría con Cultura”; Diarioelnorte.com.ar (Revista en línea); 2013 Diciembre 4; Disponible desde: URL: [http://www.diarioelnorte.com.ar/nota33342\\_el-ejecutivo-busca-disolver-el-ente-mixto-de-turismo-lo-anuncio-passaglia-y-adelanto-que-turismo-se-fusionaria-con-cultura-.html](http://www.diarioelnorte.com.ar/nota33342_el-ejecutivo-busca-disolver-el-ente-mixto-de-turismo-lo-anuncio-passaglia-y-adelanto-que-turismo-se-fusionaria-con-cultura-.html)
- “Se presentó el Programa de Promoción “San Nicolás Dos Días”; Fehgra.org.ar (Revista en línea); 2013 Enero 23; Disponible desde: URL: [http://www.fehgra.org.ar/newsletter\\_detalle.php?noticia\\_de\\_newsletter\\_id=316](http://www.fehgra.org.ar/newsletter_detalle.php?noticia_de_newsletter_id=316)
- “Miles de peregrinos celebraron los 30 años de la aparición de la Virgen en San Nicolás”; Infobae.com (Revista en línea); 2013 Septiembre 25; Disponible desde: URL: <http://www.infobae.com/2013/09/25/1511418-miles-peregrinos-celebraron-los-30-anos-la-aparicion-la-virgen-san-nicolas>
- “En San Nicolás, la devoción por la Virgen no para de crecer”; Clarin.com (Revista en línea); 2012 Septiembre 26; Disponible desde: URL: [http://www.clarin.com/sociedad/San-Nicolas-devocion-virgen-crecer\\_0\\_781121966.html](http://www.clarin.com/sociedad/San-Nicolas-devocion-virgen-crecer_0_781121966.html)
- “Más de 500 mil personas celebraron en San Nicolás”; Clarin.com (Revista en línea); 2012 Septiembre 25; Disponible desde: URL: [http://test.clarin.com/sociedad/multitud-celebra-San-Nicolas\\_0\\_780522085.html](http://test.clarin.com/sociedad/multitud-celebra-San-Nicolas_0_780522085.html)
- “Miles de fieles participan en San Nicolás de la festividad de la Virgen del Rosario”; Cfin.com.ar (Revista en línea); 2012 Septiembre 25; Disponible desde: URL: <http://www.cfin.com.ar/index.php/nacion/623-miles-de-fieles-participan-en-san-nicolas-de-la-festividad-de-la-virgen-del-rosario.html>
- “En el peregrino, la motivación tiene que ver con vivir esa experiencia de fe”; Conicet.gov.ar (Revista en línea); 2012 Agosto 3; Disponible desde: URL: <http://www.conicet.gov.ar/?p=604>
- “San Nicolás: la fiesta de la fe.”; TN.com.ar (Revista en línea); 2011 Septiembre 25; Disponible desde: URL: [http://tn.com.ar/sociedad/la-fiesta-de-la-fe-en-san-nicolas\\_067647](http://tn.com.ar/sociedad/la-fiesta-de-la-fe-en-san-nicolas_067647)

- “Turismo Religioso en Argentina, una alternativa muy económica”; Suite101.net (Revista en línea); 2010 Septiembre 24; Disponible desde: URL: <http://suite101.net/article/turismo-religioso-en-argentina-una-alternativa-muy-economica-a26194>
- “San Nicolás: un recorrido por antiguas casonas y lugares históricos”; Turismo530.com (Revista en línea); 2007 Enero 21; Disponible desde: URL: [http://www.turismo530.com/noticia\\_ampliada.php?id=1872](http://www.turismo530.com/noticia_ampliada.php?id=1872)
- “El turismo religioso ya mueve millones por el país y el mundo”; Clarin.com (Revista en línea); 2003 Septiembre 21; Disponible desde: URL: <http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2003/09/21/z-628177.htm>

**Páginas Web consultadas:**

[www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar) (Página Oficial de la Secretaría de Turismo de la Nación)

[www.sannicolas.gov.ar](http://www.sannicolas.gov.ar) (Página oficial de la Municipalidad de San Nicolás)

[www.eldiariodeturismo.com.ar](http://www.eldiariodeturismo.com.ar) (Sitio Oficial del Instituto Nacional de Promoción Turística)

[www.fehgra.org.ar](http://www.fehgra.org.ar) (Sitio Oficial de la Federación Empresarial Hotelera Gastronómica de la República Argentina)

[www.episcopado.org](http://www.episcopado.org) (Página web de la Conferencia Episcopal Argentina)

[www.vatican.va](http://www.vatican.va) (Sitio Oficial del Vaticano)

[www.ruta0.com](http://www.ruta0.com) (Página web del viajero)

[www.virgen-de-san-nicolas.org](http://www.virgen-de-san-nicolas.org) (Página del Centro de Difusión del Santuario María del Rosario de San Nicolás.)

[www.peregrinosapie.com.ar](http://www.peregrinosapie.com.ar) (Sitio web de los peregrinos al Santuario María del Rosario de San Nicolás)

[www.peregrinacion-sn.com.ar](http://www.peregrinacion-sn.com.ar) (Sitio web de la ciudad de Rosario y organizadores de la peregrinación a San Nicolás)

[www.ipusannicolas.gov.ar](http://www.ipusannicolas.gov.ar) (Sitio web del Instituto Municipal de investigación y Planeamiento Urbano de San Nicolás)

[www.parroquiasannicolas.com.ar](http://www.parroquiasannicolas.com.ar) (Sitio web de la Catedral de San Nicolás de Bari)

[www.sentiargentina.com](http://www.sentiargentina.com) (Sitio de noticias de Turismo y Cultura de Argentina)

[www.acuerdoambiental.org](http://www.acuerdoambiental.org) (Sitio web de la Organización No Gubernamental de Acuerdo Ambiental de San Nicolás)

[www.donboscosn.com.ar](http://www.donboscosn.com.ar) (Página web del Colegio Don Bosco de San Nicolás)

[www.prensa.gba.gov.ar](http://www.prensa.gba.gov.ar) (Sitio Oficial de la Secretaría de Comunicación Pública de Buenos Aires)

[www.laguiasn.com.ar](http://www.laguiasn.com.ar) (Página web de todos los comercios, industrias, empresas, instituciones y profesionales de San Nicolás)

[www.puertodesannicolas.com](http://www.puertodesannicolas.com) (Sitio Oficial del Nuevo Puerto de San Nicolás)

[www.ternium.com.ar](http://www.ternium.com.ar) (Sitio Oficial de la empresa siderúrgica Ternium Siderar)

[www.matrizfoda.com](http://www.matrizfoda.com) (Página web de consulta y contratación de servicio para realizaciones de matriz FODA)

[www.diarioelnorte.com.ar](http://www.diarioelnorte.com.ar) (Página web del diario de San Nicolás)

[www.clarin.com](http://www.clarin.com) (Página web del diario más vendido del país)

# CAPITULO 10: ANEXOS



## **ORDENANZA N° 5145/00 – Puestos Zonas de Santuario**

**MODIFICADA POR ORDENANZAS 5172/00 y 5981/03**

**DEROGA ORD. 4587/98**

**DEROGADA POR ORDENANZA 6521/05**

**CORRESPONDE EXPTE.N" 8641/00-H.C.D.- 8565/00 DE.**

San Nicolás, 17 de Julio de 2000.

Al

Intendente

Dn.

**S/D**

PEDRO

JOSÉ

Señor

Municipal

NOVAU

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. a efectos de comunicarle que este Honorable Cuerpo, en su **SESIÓN ORDINARIA** del día 13 de Julio de 2000 aprobó la siguiente:

### **ORDENANZA**

#### **PUESTOS ZONA DEL SANTUARIO**

#### **TITULO I: DE LAS CALLES PEATONALES**

**ARTÍCULO 1°:** Prohíbese la circulación y estacionamiento de vehículos automotores los días veinticinco (25) de cada mes dentro del horario de 7 a 23 horas, en las siguientes calles:

Sarmiento desde Luis Viale a Avda. Alberdi.

América de Sarmiento a Francia.

Lisandro de la Torre de Francia a Sarmiento.

Cortada de la Riestra, de Sarmiento a Francia.

Bustamante de Sarmiento a Francia

José Ingenieros de Francia a Sarmiento.

Los días 25 de septiembre de cada año. se autoriza al Departamento Ejecutivo a prohibir el estacionamiento y circulación de vehículos automotores en las siguientes calles:

Sarmiento de Avda. Alberdi a Belgrano Francia de Avda. Alberdi a Luis Viale

**ARTICULO 2°:** Los días sábados, domingos y feriados, dentro del horario de 7 a 20 horas será de tránsito peatonal la calle Sarmiento desde América a Avda. Alberdi.-

## **TITULO 11: DE LOS ESTACIONAMIENTOS DE COLECTIVOS Y AUTOMÓVILES**

**ARTICULO 3°:** Fíjase como zona de estacionamiento de colectivos, los terrenos en el nivel costa inferior sobre Arroyo Yaguarón, entre José Ingenieros y Bustamante. Terrenos privados sobre calle Sarmiento, aledaños al futuro Templo. Terrenos privados sobre calle Sarmiento (ex Ruta 9) y Ruiz Moreno. Los días de lluvia se permitirá el estacionamiento sobre Avda. Alberdi de Avda. Savio a Sarmiento.-

**ARTICULO 4°:** Para la utilización de los terrenos privados, mencionados en el último párrafo del artículo anterior, deberá contarse con la autorización expresa de los propietarios, facultándose al Departamento Ejecutivo la realización de los convenios respectivos. Otorgada la autorización de parte de los propietarios, será responsabilidad del Municipio la puesta en condiciones, conservación e higiene de los mismos.-

### **TITULO III: DE LA CIRCULACIÓN DE COLECTIVOS**

**ARTÍCULO 5°:** Fíjase como acceso a la ciudad para los colectivos que transporten peregrinos al "Campito de la Virgen", los siguientes ingresos:

a) Provenientes de Avda. Pte. Perón y José Hernández, Avda. Alvarez, Avda. Moreno, Luis Viale a estacionamiento.-

b) b) Provenientes de Ruta 188; ingreso por Avda. Savio, Avda. Moreno. Luis Viale a estacionamiento.-

c) Provenientes de Ruta 098-06: ingreso por Sarmiento a estacionamiento.-

**ARTICULO 6°:** Para la circulación de egreso a la ciudad, de los colectivos, se procederá a utilizar las mismas calles indicadas en el artículo anterior.-

**ARTICULO 7°:** Por Secretaría de Obras y Servicios Públicos, se colocarán los carteles necesarios para la señalización de los recorridos.-

### **TITULO IV: DE LOS LOCALES HABILITADOS**

**ARTICULO 8°:** Los comercios habilitados en la zona delimitada por las calles Luis Viale, Avda. Alberdi, Francia y el Río Paraná, no podrán ocupar la vía pública de modo tal que obstaculice la libre circulación de personas para exhibir los productos o mercaderías que expendan, cualquiera sea la modalidad de exposición o elementos utilizados. En tales casos les serán aplicables las sanciones fijadas en los artículos 550° o 554° del Régimen Municipal de Faltas.-

Aquellos locales debidamente habilitados, que den a veredas de cinco o más metros de ancho, podrán exhibir mercaderías sobre el espacio público correspondiente a su frente dando estricto cumplimiento con lo dispuesto por el art. 76° de la Ordenanza 1133/76.-

### **TITULO V: DE LOS VENDEDORES AMBULANTES**

**ARTICULO 9°:** Prohíbese la instalación de puestos móviles y venta ambulatoria, con excepción de lo previsto en el art. 11 de la presente, destinados a la comercialización de cualquier clase de artículos, en la zona comprendida por las calles Viale, Francia, Avda. Alberdi y Río Paraná.-

**ARTICULO 10°:** Todo puesto fijo que se instale en los lugares autorizados por la Municipalidad, deberá respetar las características y dimensiones del "puesto tipo", especificado en el **ANEXO I** de esta Ordenanza, con la finalidad de uniformar económica y estéticamente los mismos.- Su construcción estará a cargo del permisionario debiendo ser fácilmente desmontable.-

El cumplimiento de los requisitos fijados en este artículo para los puestos fijos, será exigible a los 180 días, a partir del 1° de enero del 2001.-

A los fines de permitir la inversión que el cumplimiento de estas condiciones origina, facúltase al Departamento Ejecutivo para eximir del pago de la **SISA** a los titulares que así lo soliciten, de acuerdo con las siguientes pautas:

a) Si el permisionario se adecua a las nuevas condiciones antes del 25 de Septiembre, puede eximirse del pago de dos años de SISA .-

b) Si el permisionario se adecua a las nuevas condiciones dentro de los seis primeros meses a partir de la entrada en vigencia de la Ordenanza, puede eximirse del pago de un año de SISA.-

**ARTICULO 11°:** Se establece un número limitado de ciento sesenta permisos (160) adjudicados en su totalidad por la Municipalidad. Ciento treinta (130), serán adjudicados por el Municipio de conformidad con lo dispuesto en el Título VI. continuando con el orden y régimen actual diagramado por la Asociación de Vendedores Ambulantes Nicoleños (AVAN), entidad a la que se le reconoce el derecho a participar y colaborar con el Municipio.-

Veinte (20) serán adjudicadas a través del área correspondiente a discapacitados, carenciados y/o entidades de bien públicos con domicilio en el Partido de San Nicolás, y diez (10) permisos serán otorgados a vendedores ambulantes.-

Las solicitudes de puestos reservados a discapacitados, carenciados y/o entidades de bien público del partido de San Nicolás, serán adjudicados previo informe socio económicos de la Subsecretaría de Acción Social.- En estos puestos los permisos se concederán por el

plazo de cuatro (4) meses, pudiendo renovarse en caso de acreditarse que se mantienen las condiciones en que fueran concedidos.-

Los permisos para venta ambulante serán otorgados previa solicitud efectuada ante el Municipio, y el pago de la **SISA** correspondiente, en la forma y condiciones que se disponga en la reglamentación.-

**ARTICULO 12°:** La ubicación de los puestos será:

**1) DE LUNES A DOMINGO, EXCEPTO DÍAS 25:** Sobre calle Sarmiento, en la vereda de los números impares, en el veredón construido al efecto, entre el portón de acceso al "Campito de la Virgen" (Sarmiento entre Pje. De la Riestra y Lisandro de la Torre) y el otro acceso (sito a la altura de Lisandro de la Torre) diez puestos., y desde allí hacia calle Viale, sin obstruir los accesos de personas y micros a los puestos de información municipal y sector de estacionamiento.-

En las esquinas de calles Lisandro de La Torre y Sarmiento, al igual que en América y Sarmiento, en ambos casos tres (3) puestos, sobre las ochavas Noreste.-

Sobre las veredas de los números pares: desde América y Sarmiento hacia Viale.-

**2) DÍAS 25 DE SEPTIEMBRE:** Sin perjuicio de lo establecido en el apartado anterior, se podrán ubicar puestos sobre ambos lados en calles Lisandro de La Torre, entre Francia y Sarmiento, siempre que no se afecte el frente de los comercios o casas de familia o el ingreso de vehículos a cada uno de ellos.-

El Departamento Ejecutivo podrá incorporar un mayor número de puestos, en los sectores mencionados, siempre respetando la cantidad máxima fijada en el artículo 11°, cuidando de mantener una adecuada distribución de los espacios entre cada uno de los puestos.-

**ARTICULO 13°:** En los puestos solo se permitirá la venta de golosinas, helados, juguetes, bijouterí, reposeras, banquitos. artículos recordatorios y afiches religiosos o sobre la ciudad de San Nicolás. Queda expresamente prohibida la venta de cualquier otro tipo de mercadería o productos.-

A los vendedores ambulantes se les permitirá la venta exclusivamente de rosarios y pulseritas con imágenes religiosas.-

**ARTICULO 14°:** La Secretaría de Obras y Servicios Públicos, será la encargada de pintar en el pavimento la numeración de los puestos con los espacios que crea convenientes entre unos y otros.-

## **TITULO VI: DE LOS PERMISOS DE PUESTOS FIJOS**

**ARTICULO 15°:** Las solicitudes de permiso serán tramitadas ante la Dirección de Trámites Habilitantes de la Municipalidad, previo pago de la correspondiente SISA.- Los permisionarios abonarán en forma mensual el gravamen correspondiente al Derecho por Venta Ambulante fijado en la Ordenanza Fiscal y Tarifaria vigente.- 1.a Dirección de Trámites Habilitantes remitirá mensualmente a la Secretaría de Economía y Hacienda los datos personales de los responsables con anterioridad a la fecha de la instalación del puesto.-

**ARTICULO 16°:** Durante el mes de marzo de cada año se llamará a inscripción a todos los interesados.-

Para la adjudicación de los puestos de venta se concederá prioridad al listado actual de vendedores, suministrado por AVAN y cotejado con los registros del Municipio, a la antigüedad en la ocupación o inscripción y a la situación socioeconómica.-

Una vez finalizada la rotación de puestos actualmente en curso, cada 15 meses la Municipalidad procederá a la adjudicación de los puestos, teniendo en cuenta para ello el orden de prioridades citado en el párrafo anterior y las bajas que se hayan producido. La ubicación se determinará, en el mismo acto, mediante sorteo, en todos los casos con la participación de la Asociación de Vendedores Ambulantes Nicoleños, entidad que podrá participar, también, en el contralor del cumplimiento, por parte de los permisionarios, de las obligaciones dispuestas en esta Ordenanza.-

La rotación de los puestos se hará semanalmente.

**ARTICULO 17°:** Cada vendedor deberá poseer una libreta que permita asentar sus datos personales, el pago de la SISA, artículos autorizados para la venta, número de puesto y fecha de vencimiento.- Dicha libreta será otorgada por la Dirección de Trámites

Habilitantes con anterioridad a la instalación del puesto, y podrá ser requerida por la autoridad municipal cada vez que lo crea conveniente.-

Para la renovación de la SISA, en caso de no poder concurrir personalmente el titular del permiso, podrá hacerlo un familiar directo, con autorización por escrito del mismo, y acreditando su identidad.-

**ARTICULO 18°:** Los puestos serán atendidos por el o la titular o su esposa/o concubino/a, en forma directa, debiendo acreditar fehacientemente el vínculo, los cuales deberán ser declarados e inscriptos por el titular a los fines de la presente disposición. En ningún caso el titular y los anteriormente mencionados podrán explotar más de un puesto.-

Los ascendientes y descendientes del titular de un puesto, podrán acceder a la explotación de otro, cuando no convivan en un mismo lugar con este último, o en caso de que acrediten tener a su cargo su propio grupo familiar, circunstancia que deberá ser debidamente verificada por el Departamento Ejecutivo.-

**ARTICULO 19°:** El o la titular del puesto, deberán poseer la vestimenta de acuerdo a las características que indicará la Subsecretaría de Inspección General.-

**ARTICULO 20°:** En la adjudicación de los puestos se dará prioridad a quienes realizan la tarea habitualmente y tengan domicilio fijado en el Partido de San Nicolás, con una antigüedad no menor de dos (2) años.- Además tendrá preferencia quien no tenga otro medio de vida.-

**ARTICULO 21°:** Las autorizaciones tendrán carácter de precarias, y podrán ser dejadas sin efecto en caso de no cumplir con las disposiciones de la presente Ordenanza y su reglamentación.-

-

**ARTICULO 22°:** Los permisionarios deberán mantener el decoro y el buen trato, así como la higiene en cada puesto.- Estos serán retirados al finalizar la jornada debiendo dejarse el espacio en perfectas condiciones de aseo. El puesto deberá ser guardado en lugares reservados y fuera de la vista de los concurrentes al "Campito de la Virgen" o al Templo.- Prohíbese al titular del puesto la utilización en los mismos de minicomponentes, radios, radio grabadores y cualquier otro elemento de las características mencionadas en la presente, que pudieran alterar el orden y la tranquilidad.-

**ARTICULO 23°:** El o los permisionarios que no cumplieren las disposiciones precedentes, serán pasibles de infracción, debiendo dejarse constancia en el acta correspondiente de los cargos que se le imputan. El permisionario podrá hacer su descargo dentro de los cinco (5) días. Las sanciones podrán consistir en amonestación, multa (acorde a lo dispuesto por el art. 25° de la presente Ordenanza).

**ARTICULO 24°:** Fíjase como horario máximo para la permanencia de los puestos de 05 a 24 horas.-

**ARTICULO 25°:** Toda venta ambulante que se realice fuera de las disposiciones de esta Ordenanza, serán sancionada con multas de veinticinco (25) a cincuenta (50) módulos y el decomiso de la mercadería.-

**ARTICULO 26°:** El Municipio controlará el cumplimiento de las disposiciones de esta Ordenanza, dando participación a la A.V.A.N., en todo aquello que haga a la actividad de sus asociados.-

## **TITULO VII: PE LOS VEHÍCULOS DE ALQUILER (TAXIS, RADIO TAXIS Y REMISES)**

**ARTICULO 27°:** Se permitirá el acceso de taxis, radio taxis y remises en el sector peatonal, exclusivamente para el caso eventual del traslado de impedidos. La circulación de esos vehículos será a paso de peatón, extremando las precauciones. Se establece como lugar oficial de paradas para aquellos que deseen usarlo y sin que nadie detente la titularidad de la misma, la zona comprendida por calle Sarmiento entre América y Luis Viale, en el sector que delimitará la Subsecretaría de Inspección General, por fuera del área ocupada por los puestos, y guardando un espacio de seguridad respecto de esta última.-

**ARTICULO 28°:** El Departamento Ejecutivo implementará un registro de cuidadores de autos en la vía pública. En el mismo deberán inscribirse los interesados acompañando fotocopia de su documento de identidad, y a quienes se les entregará una credencial con sus datos de identidad, y sector en el que se les permite realizar la actividad.- El Departamento Ejecutivo organizará periódicamente cursos, de asistencia obligatoria, de instrucción para una mejor atención e información a turistas y peregrinos.-



## **TITULO VIII: OTRAS DISPOSICIONES**

**ARTICULO 29°:** La Subsecretaría de Inspección General será la encargada de verificar y de hacer cumplir con lo dispuesto en la presente Ordenanza.-

**ARTICULO 30°:** El primer llamado a inscripción para los fines dispuestos en el art. 15°, deberá realizarse dentro de los 30 días de la entrada en vigencia de la presente Ordenanza, el que tendrá carácter de provisional, y vigencia hasta el mes de marzo del año siguiente de conformidad con lo dispuesto en dicho artículo.-

**ARTICULO 31°:** Derógase la Ordenanza 4587/98. y toda otra norma anterior que se oponga a la presente.-

**ARTICULO 32°:** Comuníquese, regístrese, publíquese, archívese.-  
Sin otro particular, saludo a Ud. muy atte.-

PROMULGADA EL 2 DE AGOSTO DE 2000.-  
San Nicolás, 2 de agosto de 2000.-

Téngase por promulgada la presente, con la excepción del segundo párrafo en adelante del artículo 10° y los artículos 12° y 16° de la misma.-  
Transcríbese a esos efectos la parte resolutive del veto dictado por el Decreto N° 956/2000

San Nicolás, 2 de agosto de 2000.-

## **ORDENANZA 7002: Guías de Turismo de San Nicolás**

**CORRESPONDE EXPTE. N° 12049/06-HCD; 9475/06-D.E.-**

San Nicolás de los Arroyos, 26 de abril de 2007.

Al			Señor
Intendente			Municipal
Farm.	MARCELO	A.	CARIGNANI
<b>S</b>	/		<b>D</b>

De nuestra mayor consideración:

Tenemos el agrado de dirigirnos a Ud. a efectos de comunicarle que este Honorable Cuerpo, en su **SESION ORDINARIA** del día 26 de abril de 2007 sancionó la siguiente:

### **ORDENANZA**

**ARTICULO 1°:** La presente ordenanza tiene como objeto regular la actividad de los Guías de Turismo en el ámbito de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos.

**ARTICULO 2°:** A los fines de la presente ordenanza, se entiende como Guía de Turismo Local a toda persona física que preste servicios de recepción, acompañamiento, orientación y transmisión de información en materia cultural, turística, religiosa, histórica, geográfica y ecológica a personas en visitas y excursiones en la ciudad de San Nicolás.

**ARTICULO 3°:** EL organismo de aplicación de la presente ordenanza será el Ente Mixto de Promoción Turística de San Nicolás.

**ARTICULO 4º:** Establécese la creación de un Registro Oficial de Guías de Turismo de San Nicolás, en el cual el organismo de aplicación de la presente ordenanza previo cumplimiento de los requisitos establecidos inscribirá y otorgará autorización a todos los postulantes para desempeñarse como guías de turismo local.

**ARTICULO 5º:** Serán requisitos para la inscripción en el Registro:

a- Tener domicilio en la localidad, asentado en DNI.

b- Tener estudios secundarios completos.

c- Contar con una certificación de conocimiento que otorgará el Ente Mixto de Promoción Turística tras la aprobación de la etapa de evaluación de un curso de Guía de Turismo Local propuesto por dicho organismo.

**ARTICULO 6º:** A los efectos de su identificación el organismo de aplicación les proporcionará una credencial que los identifique como Guía de Turismo en San Nicolás, la cual deberán presentar en caso de que el Ente Turístico u otra autoridad así lo requieran. La misma contará con los siguientes datos:

1 - Nombre y Apellido del Guía de Turismo.

2- Tipo y número de documento de identidad.

3- Fotografía 4x4.

4- Numero de credencial.

5- Fecha de vencimiento del registro.

6- Firma del interesado.

7- Idiomas (si los tuviera y cuáles).

**ARTICULO 7º:** La credencial otorgada será de uso personal e intransferible. La misma tendrá fecha de vencimiento a un año después de otorgada. La renovación de dicha identificación será responsabilidad de los interesados en cuestión.

**ARTICULO 8º:** El Ente Turístico establecerá las exigencias y condiciones que garanticen el real saber de los Guías de Turismo inscriptos en el Registro Oficial en un todo de acuerdo al Artículo 5º de la presente ordenanza.

**ARTÍCULO 9º:** Los postulantes deberán realizar un curso de capacitación de carácter obligatorio propuesto por el Ente Turístico, que conjuntamente con una institución educativa oficial, ya sea de carácter pública o privada garanticen la idoneidad para el título habilitante de Guía de Turismo Local. La aprobación de la etapa de evaluación de dicho curso les proporcionará además un certificado de conocimiento necesario para ser inscriptos en el Registro Oficial.

**ARTICULO 10º:** Únicamente para aquellos postulantes que posean títulos oficiales de guía de Turismo Local, no será obligatoria la realización del curso propuesto por el Ente Turístico, pero no quedarán exentos de la etapa de evaluación del mismo.- De esta forma el organismo de aplicación comprobará el real saber de dichos postulantes y otorgará certificado de conocimiento.

**ARTICULO 11º:** Las obligaciones, deberes y sanciones para los guías de turismo, quedan sujetas a los artículos 9º, 10º y 11º de la Ley Provincial de Guías de Turismo N° 12.484.

**ARTICULO 12º:** El Guía Local podrá trabajar de acuerdo a las modalidades descriptas en el artículo 12º de la Ley Provincial de Guías de Turismo N° 12.484.

**ARTICULO 13º:** Derógase toda ordenanza anterior que se oponga a la presente.

**ARTICULO 14º:** Comuníquese, regístrese, publíquese y archívese.

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atte.

Promulgada el 8 de mayo de 2007.

## **ORDENANZA 8592: Disolución Ente Mixto de Promoción Turística**

**CORRESPONDE EXPTE. N° 15037/13-HCD; 15388/13-D.E.-**

San Nicolás de los Arroyos, 27 de Diciembre de 2013.

Al			Señor
Intendente			Municipal
Dr.	ISMAEL	JOSE	PASSAGLIA
<b><u>S</u></b>	<b><u>/</u></b>	<b><u>D</u></b>	

De nuestra mayor consideración:

Tenemos el agrado de dirigirnos a Ud. a efectos de comunicarle que este Honorable Cuerpo, en su **SESION ORDINARIA** del día 26 de Diciembre de 2013 sancionó la siguiente:

### **ORDENANZA**

**ARTICULO 1°:** Dispónese la disolución y liquidación del Ente Mixto de Promoción Turística San Nicolás, quien desarrollará tareas hasta el 31 de diciembre de 2013, quedando

comprendida el área de turismo en la Subsecretaría de Cultura y Turismo, dependiente de la Secretaría Privada, adscripta al Departamento Ejecutivo Municipal.-

**ARTICULO 2º:** Modifíquese dentro de la estructura programática del Presupuesto General de Gastos año 2014 la Subjurisdicción 1110108000 Secretaría Privada - Categoría Programática 18.00.00 denominándose "Subsecretaría de Cultura y Turismo", respetando la Unidad Ejecutora que corresponde al programa e incorporando los gastos que el área turismo demande para su funcionamiento.-

**ARTICULO 3º:** Dispóngase el traspaso de los bienes patrimoniales y recursos económicos adquiridos durante el funcionamiento del Ente Turístico a la Subsecretaría de Cultura y Turismo.-

**ARTICULO 4º:** Dispóngase la cancelación total de las deudas contraídas por el Ente Turístico con los proveedores antes del 31 de diciembre de 2013, y la presentación de la rendición de cuentas hasta el 31 de enero de 2014.-

**ARTICULO 5º:** El Departamento Ejecutivo dispondrá de la documentación respaldatoria del Ente Mixto y hará efectuar las registraciones que correspondan.-

**ARTICULO 6º:** Dispónese la continuidad del Consejo de Representantes, quien será presidido por el Subsecretario de Cultura y Turismo; y cuya integración, deberes, atribuciones y duración de mandatos serán reguladas por los art. 6, 7 y 8 de la Ordenanza n° 6228.-

**ARTICULO 7º:** Dispónese la continuidad de las Comisiones de los Estudios y Propuestas, siendo reguladas por los Artículos 11 y 12 de la Ordenanza n° 6228 en lo que respecta a su constitución, mecanismos de creación y funciones.-

**ARTICULO 8º:** Deróguese toda norma que se oponga a la presente.-

**ARTICULO 9º:** Comuníquese, regístrese, publíquese y archívese.-

Sin otro particular, saludamos a Ud. muy atte.

PROMULGADA EL 7 DE ENERO DE 2014.