

0/H.39  
515es  
I

40937

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
PROVINCIA DE ENTRE RIOS**

**ESTUDIO PROPUESTA DE DESARROLLO TURISTICO  
EN UN AREA DETERMINADA  
DE LAS COMUNIDADES DE INMIGRANTES  
DE LA PROVINCIA DE ENTRE RIOS**

**INFORME FINAL – Tomo I**



**EXPERTO LIC. ISABEL E.SENDON  
COLABORADORES LIC. ANALIA CASTRO  
ARQ. MARCOS EDELCOPP  
LIC. OLGA MOTISI**

**FEBRERO DE 1998**

0/H.39  
515

## **PRESENTACION**

El presente documento corresponde al Informe Final del Estudio **Propuesta de Desarrollo Turístico en un área determinada de las Comunidades de Inmigrantes de la Provincia de Entre Ríos**, solicitado por la Provincia de Entre Ríos al Consejo Federal de Inversiones.

Intervinieron por el Consejo Federal de Inversiones como Experta contratada la Lic. Isabel E. Sendón y como colaboradores, la Lic. Analía Castro, el Arquitecto Marcos Edelcopp y la Lic. Olga Motisi, y por la provincia de Entre Ríos actúa como contraparte la Señora Graciela Rottman, responsable del Programa Comunidades de la Secretaría General de Gobierno de la Provincia.

El Plan de Trabajo, definido por el Consejo Federal de Inversiones y la Provincia en forma conjunta, ha tomado como documento de base para su elaboración **el Estudio de Prefactibilidad Turística de las Comunidades de Inmigrantes de la Provincia de Entre Ríos**, realizado en 1996, el que será señalado a lo largo del presente informe con las siglas **EPT**.

Se encontraron notorias dificultades debido a la imposibilidad de contar con información básica respecto del patrimonio arquitectónicos, como inventarios y planos, por ejemplo, y de material estadístico confiable respecto de la oferta y la demanda turística. Por otro lado se

tuvieron algunos problemas de accesibilidad a asentamientos del área de referencia.

De acuerdo a los términos y condiciones establecidos por el Consejo Federal de Inversiones, se presenta el Informe Final en tiempo y forma.

El presente Informe Final esta dividido en dos volúmenes; el primero de ellos contiene la Propuesta y el segundo reúne Información Complementaria y Anexos, como mapas, fotos, fichas de atractivos turísticos, relevamiento de patrimonio arquitectónico y de patologías y copia de documentos.

Se agradece el apoyo de las autoridades provinciales, municipales y de las juntas de gobierno del área de estudio.

**BUENOS AIRES, 23 de febrero de 1998**

# INDICE

TEMA	PAG.
AREA DE INTERVENCIÓN DEL ESTUDIO	1
1. SITUACION ACTUAL DEL ESPACIO TURISTICO – RECREATIVO.	1
1.1. Los Atractivos Turístico - Recreacionales actuales y potenciales.	1
1.1.1. Atractivos naturales: Localización. Determinación del grado de aprovechamiento actual y potencial.	1
1.1.2. Atractivos Culturales: Relevamiento del patrimonio histórico, monumental, literario, artesanal, gastronómico, folklórico, fiestas regionales y religiosas.	3
1.1.3. Detección y caracterización de edificios y/o monumentos de especial interés arquitectónico o cultural. Identificación de los edificios y monumentos culturales para su incorporación al uso turístico.	5
1.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL EQUIPAMIENTO URBANO.	
Y DE LA PLANTA TURÍSTICO - RECREATIVA.	29
1.2.1. Estudio urbanístico: usos del suelo, morfología urbana, tipos arquitectónicos.	29
1.2.1.1 Los poblados de la colonización judía.	29
1.2.1.2. Pueblos industriales.	33
1.2.1.3. Las aldeas rurales.	35
1.2.2. Identificación de las principales actividades económicas primarias, secundarias y terciarias.	40
1.2.3. Caracterización de la población local: grupos étnicos, educación, estimación de la población económicamente activa.	44
1.2.4. Alojamiento turístico: tipo, capacidad, categorización, calidad de los servicios. Alimentación: tipo, capacidad, categorización, especialidad, calidad de los servicios.	45

1.2.4.1. Alojamiento.	46
1.2.4.2. Alimentación.	52
1.2.5. Equipamiento recreativo, deportivo, esparcimiento, entretenimiento: Instalaciones, estado, capacidad, actividades, uso actual y potencial.	56
1.2.6. Infraestructura de Transporte y Comunicación: Vías y Medios de transporte de aproximación e interno: estado, tipo, frecuencias, capacidad, costos. Instalaciones Complementarias: Agencias de Viajes, Bancos, Comunicaciones, otros.	60
1.2.6.1. Instalaciones complementarias	65
1.3. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL AL ÁREA.	68
1.3.1. Caracterización cuantitativa y cualitativa de la demanda actual a la región: ingresos, estadía media, estacionalidad, procedencia, distribución del gasto, modalidad del viaje, hábitos de consumo.	68
1.3.1.1. Ingresos, ocupación y estadía media.	69
1.3.1.2. Estacionalidad.	70
1.3.1.3 Procedencia.	71
1.3.1.4 Modalidad del viaje.	72
1.3.1.5 Motivaciones.	73
1.3.1.6 Composición de la demanda.	74
1.3.2. Investigación secundaria del nivel de satisfacción y expectativas de la demanda actual.	75
2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURISTICO.	79
2.1 DEFINICIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y RECREATIVOS PARA DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO.	79
2.1.1. Identificación y localización de los productos turísticos y/o recreativos.	79
2.1.1.1. Los circuitos de la colonización entrerrriana.	80
2.1.1.2 Identificación de productos por ciudad.	84
2.1.2 Selección de los productos turísticos y recreativos para su puesta en valor en el corto y mediano plazo.	92
2.1.2.1 Circuitos prioritarios y complementarios. Interrelación entre	

destino y circuitos.

**2.1.3. IDENTIFICACION DE LA DEMANDA POTENCIAL POR SEGMENTO DE MERCADO NACIONAL E INTERBNACIONAL Y POR MOTIVACION DEL VIAJE. IDENTIFICACION DE LOS MERCADOS OBJETIVOS POR SEGMENTO MOTIVACIONAL (TURISTAS, INVERSORES,INTERMEDIARIOS, OPERADORES MAYORISTAS), NUEVOS RESIDENTES** 96

**2.1.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS ATRACTIVOS PRIORITARIOS Y ADECUACIÓN DEL EQUIPAMIENTO URBANO Y DE SERVICIOS PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS. ALTERNATIVAS PARA EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.**  
110

**2.1.4.1. PROYECTOS PRIORITARIOS**  
110

**2.1.4.2. Programa para la preservación del Patrimonio.** 115

**2.1.4.3. Inversiones estimadas en edificios** 121

**3. PROGRAMA DE COMERCIALIZACION TURISTICA**  
125

**3.1. DEFINICIÓN DE LOS PERFILES COMERCIALES Y DE CALIDAD QUE DEBEN ALCANZAR LOS PRODUCTOS EN CADA TEMPORADA PARA COMPETIR EN EL MERCADO INTERNO Y EXTERNO. PAUTAS DE PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS PARA LOS PÚBLICOS OBJETIVOS.** 126

**3.1.1. Definición de los perfiles comerciales y de calidad que deben alcanzar los productos en cada temporada para competir en el mercado interno y externo.** 126

**3.1.2. Pautas de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas para los públicos objetivos.**  
133

**3. 2. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN A CORTO Y MEDIANO PLAZO REFERIDAS A PRODUCTOS, MERCADOS METAS, CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN, ACCIONES COMPLEMENTARIAS DIRIGIDOS AL SECTOR EMPRESARIO LOCAL E INVERSIONISTAS POTENCIALES, NECESIDADES DE RECURSOS TÉCNICOS, HUMANOS Y FINANCIEROS.**  
135

**4. FACTIBILIDAD TÉCNICO - ECONÓMICA DEL PROGRAMA Y LOS**

**PRINCIPALES PROYECTOS. FORTALEZAS Y DEBILIDADES. SE SEÑALARAN LAS PRINCIPALES RESTRICCIONES SOBRE LA QUE HABRÁ DE TRABAJARSE LA PROPUESTA.**

**145**

**5. MECANISMOS DE COOPERACION INTERNACIONAL**

**157**

<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>161</b>
<b>GLOSARIO</b>	<b>165</b>
<b>ANEXOS – Ver Tomo II</b>	



## **AREAS DE INTERVENCION DEL ESTUDIO**

La Provincia de Entre Ríos y el Consejo Federal de Inversiones definieron las áreas para realizar la Propuesta de Desarrollo Turístico de las Comunidades de Inmigrantes de la Provincia. La determinación del espacio turístico se efectuó, teniendo en cuenta la concentración y diversidad de las distintas corrientes inmigratorias; las localidades que poseen la mayor cantidad de elementos culturales para su puesta en valor (evaluados en EPT realizado en 1996), hoy, atractivos potenciales que pueden en el futuro complementar la oferta turística actual.

Las dos áreas se extienden en los circuitos medios de los Corredores Turísticos de la Provincia. Sobre la costa del Uruguay está limitada por las ciudades de Concordia, Gualeguaychú, Basavilbaso y Villaguay y sobre la costa del Paraná por las ciudades de Paraná, Diamante, Crespo y Viale. ( Mapa N°1)

A efectos de facilitar la lectura del presente informe, se efectúa en cada capítulo una breve síntesis o referencia al ETP, ya que en algunos de los temas sólo se realiza la actualización de la información o las modificaciones surgidas en el último año.

### **1. SITUACION ACTUAL DEL ESPACIO TURISTICO RECREATIVO**

#### **1.1. Los Atractivos Turístico - Recreacionales actuales y potenciales**

##### **1.1.1 Atractivos naturales: Localización. Determinación del grado de aprovechamiento actual y potencial.**

Las características geográficas de la Provincia de Entre Ríos, le han permitido incorporarse al mercado turístico - recreacional por sus atractivos naturales, prueba de ello es que se ha posicionado en el mercado regional, nacional e internacional como "Entre Ríos Todos los Verdes". Se observa un nivel de servicios y comercialización sostenido desde hace ya unos años, como consecuencia de la política de promoción turística desarrollada por la provincia y los municipios. En el área en estudio se localizan dos **Parques Nacionales**:

**Parque Nacional El Palmar**, a 50km de Colón, creado en 1965 para conservar los extensos palmares de Yatay, cruzados por arroyos, en una extensión de 8.500 hectáreas. Es utilizado como imagen de la provincia y de Colón en los folletos turísticos, realizados por la municipalidad, la provincia y la nación en sus campañas promocionales y es uno de los sitios naturales más visitados por el mercado

nacional e internacional. Se ha detectado la construcción de un centro gastronómico, de cemento, que no guarda relación con el entorno ni con la administración del Parque (fotos 1 a 4).

**Parque Nacional Pre - Delta**, a 6km de Diamante, de reciente creación para conservar la flora y fauna, islas, arroyos y albardones de características deltaicas. Aún no se han finalizado las tareas de acondicionamiento de los senderos peatonales y caminos vehiculares. No tiene servicios, sólo una casilla (casa rodante) para informes a la entrada y la casa del guardaparque. El camino desde Diamante es de tierra, en malas condiciones, y con escasa y confusa señalización. Actualmente es utilizado por la demanda local y zonal para pesca, caza, caminatas a pie y caballo, pic-nic, pasar un día al aire libre.

Para incorporarse en forma efectiva a la oferta turística, el Parque deberá contar un buen camino de acceso, bien señalizado y; a efectos de evitar el deterioro ambiental, que ya se observa en algunos sectores, sería conveniente efectuar un plan de manejo integral, que determine las áreas de uso, las actividades, los servicios que se pueden incorporar, las restricciones, entre otras acciones. Esta tarea debería concretarse antes de lanzarlo al mercado nacional o regional. ( fotos 5 a 11)

**El Paisaje:** Las rutas, caminos y senderos de aproximación y circundantes de las Colonias y Aldeas de Inmigrantes ofrecen paisajes naturales adaptados. Las diferencias en las estructuras, formas, y colores está resuelta por la ondulación del terreno combinada con la variedad de las actividades productivas, motores de la realidad socio - económica actual de la región. Las principales diferencias están marcadas por los distintos tipos de plantaciones (citrus, arroz, cereales, forrajes), los bosques (ruta 14), y explotación ganadera o avícola. (fotos 12 a 18).

El estado de las rutas 14, 11,12, 18, 131 y 6 es bueno con señalización adecuada, infraestructura y equipamiento para el transporte de pasajeros en automóvil o en ómnibus, son las rutas utilizadas para el transporte de carga. La ruta 130, que une Villaguay con Colón tiene el pavimento en estado regular y señalización deficiente.

Los caminos enripiados y de tierra, generalmente paralelos a las vías del tren, que conectan las Colonias Judías (29, 23, sin números) Villa Clara - Ing. Sajaroff - Villa Domínguez - Las Moscas - Libaros; Hambis - Pueblo Cazes - Colonia San Miguel - La Clarita; están en mal estado de

conservación, no tienen infraestructura ni señalización. De estas vías de acceso, una de las más pintorescas es la que une Villa Domínguez con Las Moscas, (fotos 19 a 23).

**Para la puesta en valor de los nuevos núcleos turístico – recreativos y para los circuitos turísticos en las Colonias Judías es fundamental la señalización vial y turística, y la adecuación de estos caminos para el transporte de vehículos de pasajeros de porte mediano y de vehículos típicos existentes en la zona como la chata rusa, el carro u otros tipos de vehículos de tracción a sangre. Resultan imprescindibles pues son las únicas vías de acceso ya que el tren de pasajeros no funciona.**

**Las Aguas Termales**, han sido detectada en la costa Argentina del Río Uruguay hace pocos años. Hasta ahora se han ubicado en Federación, Concordia, Colón y San José. Es uno de los atractivos naturales con mayor potencialidad de desarrollo en el corto plazo, pues se están incorporando a la oferta turística, aunque todavía en forma primaria. En la ciudad de Colón surgen a 1500m. de profundidad, muy cerca del centro de la ciudad. Estas aguas son las denominadas mesotermales bicarbonatadas sódicas, con propiedades similares a las termas de la costa de la República Oriental del Uruguay, y en Entre Ríos, de Federación. Son aptas para el consumo y el punto más interesante a los fines del presente estudio, es que son aptas para balneoterapia. Ya se encuentran muy avanzadas las obras de infraestructura y equipamiento básico (sanitarios, pileta cubierta, vestuarios, etc.). Es una alternativa para diversificar el producto turístico de uno de los centros turísticos más desarrollado de la provincia como es Colón.

**Las costas de los ríos Uruguay y Paraná** presentan distintas formas de puesta valor con variedad de equipamiento recreativo para la realización de actividades de playa, acuáticas, náuticas, pesca, recreativas, gastronómicas, y alojamiento en Campings. La cercanía y buena accesibilidad de estos atractivos naturales, desde los principales mercados emisores, han sido los principales actores del desarrollo turístico de Guleguaychú, Colón, Concepción del Uruguay, Concordia, Guleguay, Diamante y Paraná.

En Guleguaychú está el **Parque Unzué**, ubicado sobre la costa del río del mismo nombre con una superficie 110 Has. Sobre la margen izquierda del río, conserva su vegetación autóctona, posee una laguna de 3 Has., camping y un centro recreativo, y sobre la margen derecha se han instalado clubes náuticos, juegos infantiles, servicios básicos y zonas parquizadas por el hombre. El parque se satura en épocas de carnaval y los fines de semana en el verano. Frente a la Costanera Norte la Isla

**Libertad**, a la que se llega en lancha, de vegetación deltaica, existe un barrio residencial y se puede ver el Castillo del Río, residencia isleña de estilo gótico con torre.

Si bien técnicamente las **Estancias** se relevan en el equipamiento (alojamiento), no se puede dejar de mencionarlas como un atractivo turístico natural adaptado, que permite agregar una pluralizar las actividades en la zona en estudio. Se ha observado un importante número de establecimientos de campo (La Capilla - Villa Teresa - Palacio Santa Cándida - San Pedro - La Azotea - La Casita de Flores - El Cerrito - Virgen Morena - La Maqueta - Los Laureles - etc.) que han agregado a su explotación tradicional, la actividad turística. **El turismo rural resulta un complemento ideal para incorporar a la oferta ya existente de carácter natural y a los atractivos culturales actuales y potenciales, especialmente porque trabajan con capacidad ociosa.**

En el circuito de las Aldeas Alemanas, a pocos kilómetros de Puiggari, y a 4km. de la Ruta 131; atravesando un camino de tierra, se llega al Camping Ander Egg, en los terrenos de un antiguo Molino que funcionó hasta la década del 30. Resulta pretensioso llamarlo camping en cuanto a sus instalaciones y equipamiento, las que pueden asimilarse a las de los recreos de la zona de Zárate o Campana. El paisaje es diferente, pues hay una hoya de agua transparente, bordeada por una piedra, similar a la piedra pómez. Esta superficie es alimentada por dos saltos de agua que vienen de alguno de los brazos del arroyo de la Ensenada. Existe un área de forestación interesante plantada por el hombre y la vegetación clásica de la zona. (fotos24 a 27)

### **1.1.2. Atractivos Culturales: Relevamiento del patrimonio histórico, monumental, literario, artesanal, gastronómico, folklórico, fiestas regionales y religiosas.**

Se ha realizado el relevamiento de las manifestaciones culturales, que son el testimonio de las distintas corrientes inmigratorias. No se han encontrado otros elementos vinculados a la Colonización, que no sean los existentes en los Museos.

No se realiza la elaboración de **productos gastronómicos o comidas tradicionales o típicas** producida con fines comerciales, sólo se preparan para las fiestas familiares, escolares o religiosas en todas las corrientes inmigratorias. En la Fiesta Nacional de las Colectividades, realizada en octubre de 1997 en Paraná, se organizó un área gastronómica que era atendida por las colectividades. Estaban representadas todas o casi todas, con especialidades tradicionales y actuales. El éxito obtenido en todos los stands y la calidad de los platos, permite inferir que no habrá mayores inconvenientes para

incorporar la gastronomía al circuito turístico, pues existen los recursos humanos para capacitar gente joven y para producir en el corto plazo en restaurantes y casas de té de tamaño pequeño y mediano.

Respecto de las **danzas folclóricas** las Colectividades Suizas, Italianas, Españolas, Arabes, Vascas y Alemanes del Volga las enseñan y practican en las escuelas y asociaciones culturales existentes en las principales localidades (Colón, Guaquaguay, San José, Concepción, Crespo, Paraná, Concordia, Villaguay).

Las **artesanías** son las clásicas de toda la provincia de Entre Ríos, realizadas con materiales de la zona (madera, paja, fibra vegetal, mimbre, arcilla), no tienen relación con la historia, las tradiciones, ni con las características de los alemanes del Volga, o los judíos, o los vascos, o la vida rural. ni particularidades de la inmigración. Las artesanías son un atractivo en todos los centros turísticos actuales y una oferta necesaria en los potenciales.

En **literatura**, la excepción que merece destacarse es una obra de teatro histórico - costumbrista llamada "Se nos casa el Sander", escrita por Orlando Britos y ambientada a principios de siglo, en la que se relata el casamiento de una pareja de alemanes, la tradición que ello encierra y todo el significado que tiene dentro de la entonces incipiente comunidad.

La **Producción Regional** es un atractivo escasamente explotado hasta ahora. Las instalaciones y equipamiento de las arroceras (San Salvador, Villa Mantero), las quintas de citrus, el ranuario y el berral (Concordia) la producción avícola, Molino y fábrica de alimentos (Crespo, Villa General San Martín) y las estancias cercanas a las localidades (Santa Elena - Villa Mantero), son atractivos turísticos reales que pueden incorporarse a cualquiera de los productos.

El **Calendario de Fiestas Nacionales, Provinciales, Regionales y Locales** se realizó sobre la base de la información aportada por la Secretaría de Turismo de la Provincia y el relevamiento realizado en campo. Se observa una activa organización de acontecimientos programados artísticos, deportivos, ferias y exposiciones, especialmente en las ciudades de Concordia (13), Guaquaguay (13), Diamante (9), Paraná (8), Guaquaguaychú (4). Los meses con mayor cantidad de fiestas en la región son: enero, febrero, setiembre y octubre, y los meses de junio y julio son los de menor actividad.

Las ciudades que organizan fiestas motivadas por la colonización o en la inmigración (8) son: Basavilbaso (marzo); San José (julio); Villa Elisa (agosto); Paraná, Federación, Guaquaguay, Villa

Paranacito y Villaguay (octubre); algunas con rango provincial y otras local o regional. Cabe destacar que localidades pequeñas, cuya actividad es la producción agropecuaria, sin servicios turísticos o con muy pocos, como General Campos y Bovril son sede de una fiesta provincial, Crespo realiza una fiesta provincial y una nacional y Pueblo Liebig una fiesta regional.

La demanda que acude a estas fiestas es de carácter zonal y regional. Ello se debe a que muchas de ellas no son promocionadas en los principales centros emisores. El Calendario de Fiestas se incorpora en el Anexo.

•**Fiestas Judías** Del Calendario de Fiestas de la Colectividad Judía se han relevado aquellas que se consideran con potencialidad para ser organizadas en las colonias judías e integrar los productos turísticos - recreativos.

### CALENDARIO DE FIESTAS JUDIAS

Enero (shevat)	Tu Bishvat
Febrero (adar)	Purim
Marzo (nisán)	Pésaj
Mayo (siván)	Shavuot
Setiembre (tishri)	Rosha Hashaná - Sukot - Simjat Torá
Noviembre (kislev)	Januká

Se realiza un breve comentario de las fiestas elegidas para conocer las actividades, las fechas se colocan con el nombre del mes, en el calendario judío, pues es un calendario lunar y tiene diferencias con el calendario solar.

- **Purim** : Fiesta de la Reina Esther. El 14 de Adar. Es una fiesta menor, muy alegre y de carácter histórico. Es el Carnaval Judío y los niños se disfrazan, hacen representaciones. La historia de Purim se lee en la Sinagoga del Meguilá, los niños hacen ruidos con matracas y los pies cada vez que se nombre a Haman
- **Pésaj** : Es una de las fiestas judías más antiguas. Se celebra el Exodo de Egipto y la liberación de la esclavitud. Se inicia el 14 del Nisan, y dura entre 7 y 8 días. Durante la fiesta no se come pan, todo se prepara con harina de matzá. En la mesa familiar se sirve en una fuente especial máror (rábano picante), carpás (perejil), jaroset ( mazana rallada con nueces y canela), zeroa ( hueso quemado) y

betzá (huevo duro) . El padre da un regalito a cada niño como rescate del matzá que él ha escondido y los niños deben encontrar,

- **Shavuot** : (Jag Hashavuot: Fiesta de las Semanas - Zemán Matán Toratenu Entrega del Torá - Jag Habikurim: Fiesta de las Primicias) Se celebra siete semanas después del Pésaj, (59 días). Es fiesta de peregrinaje en Israel, pues es la terminación de la recolección de la cebada y comienzan a recolectar las frutas. Los 7 productos típicos que distinguen a Israel son trigo, uvas, cebada, higos, granados, olivos y miel. También se festeja que Dios entregó los Diez Mandamientos a Moisés en el Monte Sinai. Dura entre uno y dos días. Como en Argentina no se cosecha en la misma época que en Israel, se acostumbra dar una donación al Keren Kayement Leisrael o primicias a instituciones como asilos de niños u hospitales.
- **Rosha Hashaná**: Año Nuevo Judío. Dura entre uno y dos días. Servicio religioso donde se toca el shófár (cuerno de camero). Comidas típicas pan redondo, manzana con miel.
- **Sukot**: La Fiesta de las Cabañas. Cinco Días después del Iom Kipur (día del perdón) , 15 días después del Rosha Hashaná, la fiesta dura 8 días. Se construye una cabaña de madera y paja, sin techo, en el frente de la casa o de la sinagoga, que es adornado y decorado con motivos alegóricos por los niños. Los símbolos del sukot son 4 plantas unidas en un ramillete, una fruta parecida al limón, una rama de palmera, ramas de mirto y ramas de sauce llorón. El 7° y 8° día son de oración y el noveno es Simjat Torá, Alegría de la Torá. Es la fiesta de los niños.
- **Januká**: Inauguración o Fiesta de las Luminarias. El 25 de Kislev se festeja como los judíos vencieron a los griegos para recobrar su libertad religiosa. Dura 8 días. Se enciende el candelabro Menorá o Janukiá (8 velas) Cada día se prende una vela, se acompaña con canciones en ese momento, se utiliza la primera vela que se encendió para prender las otras siete. Se realizan juegos con los niños en el hogar y se les reparten juguetes.

En la **Villa Libertador Gral. San Martín**, conocida como Puiggari, nombre de la antigua estación, la Comunidad Adventista ha generado el desarrollo local sobre la base de la explotación del Hospital, del Centro Adventista de Vida Sana (CAVS), la Universidad y la producción e industrialización de productos alimenticios. El CAVS es uno de los spas de Argentina que trabaja con una ocupación del 90% anual, con un mercado de clase media y media alta. El producto está posicionado no sólo en Argentina sino también en el mercado regional internacional.

El relevamiento del **Patrimonio Arquitectónico** se organizó en forma temática para facilitar el análisis y la evaluación de los mismos con fines turísticos, de acuerdo al siguiente orden:

**Comunidad Judía:** sinagogas, edificios institucionales, edificios vinculados a la producción agrícola y ganadera, viviendas particulares.

**El ferrocarril:** En este tema además de lo arquitectónico, se encontró un atractivo real, explotado por el Ferrocarril Central - Entremiano de Villa Elisa "Un tren con historia" ( ficha 1AT). En Gualeguay existe un proyecto similar (Ficha 2AT)

**Pueblo Liebig:** El pueblo es un atractivo turístico potencial en su conjunto. En Fray Bentos existe un Pueblo mellizo que pertenecía a Frigorífico Armour, que ha sido incorporado al patrimonio histórico y es explotado turísticamente. Además de los valores arquitectónicos lo potencia su cercanía a Villa Elisa (10km.), San José (5km.),y Colón (20km.). Las rutas de acceso están en buen estado. Liebig ya está incorporado al producto turístico en los circuitos que se organizan desde Villa Elisa y Colón. **La recuperación integral del Pueblo se ve como una alternativa para la actual situación de la población, sólo 40 personas trabajan en el frigorífico.**

**Alemanes del Volga:** Se relevaron las aldeas protestantes y católicas. El mayor porcentaje de la población es descendiente de inmigrantes.

**Museos:** Existen veintiocho Museos (históricos, regionales, Cs. Naturales, Bellas Artes, otros) reconocidos por la Subsecretaría de Cultura de la provincia en las ciudades de Paraná (8), Concepción del Uruguay (5) , Colón (3), Concordia (2), Diamante (3), Gualeguaychú (4), Villaguay (2), Villa Domínguez (1), que sumados a los pequeños o incipientes museos ubicados en cada una de las colonias o aldeas, hablan de la vocación de la comunidad por la valorización de la identidad, del recuerdo y de la historia.

El Palacio San José es el único declarado Museo y Monumento Histórico (Ficha 3AT), Los Museos Histórico Regional de Colonia San José (Ficha 4AT) y El Porvenir de Villa Elisa (Ficha 5 AT) son los que ya están incorporados en los circuitos turísticos de la provincia, del resto de los museos relevados en la Colonización Judía se destaca el Museo de Villa Domínguez (Ficha 47) con mayor posibilidades para incorporar al mercado turístico.

Casi todos los museos tienen problemas edilicios, carencia de personal técnico especializado en la conservación del patrimonio y de recursos económicos. Generalmente son apoyados por la Comisiones Vecinales o alguna Fundación. No todos estos museos tienen valor potencial para los fines



turísticos, ya que existe repetición de las temáticas en localidades muy cercanas, si bien todos son importantes para la educación y la cultura local y zonal.

### **1.1.3. Detección y caracterización de edificios y/o monumentos de especial interés arquitectónico o cultural. Identificación de los edificios y monumentos culturales para su incorporación al uso turístico.**

El inventario que se realizó en el EPT se toma como documento de base al que se agrega el relevamiento actual (total: 80 fichas), para la identificación de los edificios de especial interés arquitectónico. Esto debe ser así ya que salvo en casos puntuales - Pueblo Liebig, por ejemplo -, sobre los inmuebles que integran el citado inventario no existía trabajo alguno realizado.

Se determinan dos grandes grupos de edificios para trabajar, uno derivado del otro. En el primero y más importante en cuanto a la cantidad se establece una evaluación para la posterior puesta en valor donde se han tomado en cuenta los siguientes aspectos que, serán definidos en orden de importancia para cada caso en particular y no están aquí enunciados siguiendo un orden de importancia.

- Su valor: histórico, como referente de una determinada cultura o grupo humano, ambiental, social, económico, tipológico, sus características técnicas/ constructivas.

En el segundo grupo la elección está determinada por la importancia y valor del bien, sus necesidades y su estado de conservación; además se tienen en cuenta en los casos paradigmáticos, el grado de generalidad, de modelo, de testigo para que los resultados obtenidos puedan ser aplicados a la casi totalidad de ejemplos del mismo tipo; y además las posibilidades de acceder al edificio, no han sido siempre posibles por cuestiones de tenencia de la propiedad. El criterio aplicado a todos es su potencialidad como elemento básico del producto turístico para el desarrollo de la región.

De esta manera los edificios seleccionados son:

- Las sinagogas de: - Colonia Nº1 y Beth Abraham en Basavilbaso.
- El Museo y Archivo Histórico de la Colonización en Villa Domínguez.
- La casa de la familia Díaz Cora en San José.
- La Estación de Ferrocarril de Ubajay.
- La casa de la familia Metz en la Aldea Eingelfeld y
- Pueblo Liebig, del que se ha hecho un análisis de algunos de los componentes de su geografía urbana.

Es importante remarcar que las acciones de puesta en valor del patrimonio no implican la "modernización" de los materiales, de la morfología o de las tipologías que componen un edificio, sino lisa y llanamente ayudar a su conservación y devolverle su valor, a partir de una documentación fehaciente, sin que por esto deba perder, algo de su espíritu y de la época en la cual fue concebido.

Esto no significa que la tecnología que se use para su restauración deba ser arcaica, se deberán utilizar todos los elementos que se puedan tener a mano y materiales e instrumental de última generación. Esto es lo que se denomina una intervención científicista, reemplazar las partes deterioradas con la misma forma, conservando la esencia, pero con materiales y tecnologías más avanzadas. Ello permite rescatar el bien y su idea prolongándole su vida útil, sin tener que en un corto plazo volver a restaurar las partes deterioradas por haber utilizado los mismos materiales que antes.

Para la realización del relevamiento se utilizaron una serie de planillas confeccionadas tomando como modelo las utilizadas por el grupo de trabajo de ICOMOS/Argentina (International Council on Monuments and Sites). Cada uno de los edificios cuenta con un juego de estas planillas en las que se volcó la información obtenida "in situ", y posteriormente se elaboró en la mesa de trabajo un informe específicamente referido a las patologías.

El trabajo de campo también comprendió el levantamiento de las medidas de los edificios para luego confeccionar los planos tal como se encuentran al momento del relevamiento. Esta documentación es de gran ayuda para cualquier acción futura a realizarse sobre los bienes, ya que hasta el momento no había planos de los edificios en cuestión.

Para una lectura más comprensible del presente informe han sido ordenados en un solo grupo (Edificios), separados en los diferentes tipos edificios (Sinagoga, Casas Particulares, Museos, etc.) y dentro de ellos están marcados en **negrita** los que se seleccionados.

## Edificios

### Sinagogas.

- Sinagoga T. L. Moisés - Basavilbaso. (Anexo - FICHA N°2).

Es el edificio de carácter religioso más importante de las colonias judías en Entre Ríos, en lo que al tamaño respecta. Aún es usado por la comunidad. Su estado de conservación es bueno. En el último tiempo se realizaron obras de "embellecimiento" que no respetan el espíritu y la esencia del edificio. La puerta principal de madera maciza, con trabajos de moldura ha sido removida y en su lugar se colocó

una puerta con bastidor de madera barnizada o laqueada y vidrio transparente entero, que de ninguna manera se corresponde con el carácter del edificio.

Esta sinagoga tiene un elevado valor social y religioso, no sólo porque todavía funciona como tal, sino por el significado que tiene para la comunidad. Generaciones y generaciones han sentido y ejercido su religiosidad en ese templo, le han enseñado sus tradiciones a sus descendientes y se han reunido en su seno, sin duda tiene un alto valor como referente de un determinado grupo humano.

No sólo para la comunidad judía, también conserva un valor histórico para la ciudad que lo contiene, ya que los colonos judíos tienen una actuación importante en la historia de Basavilbaso, en su nacimiento y su desarrollo; por lo tanto está presente en la memoria colectiva de la gente.

Un dato no menor es que ha sido utilizada para realizar algunas ceremonias religiosas - Bat o Bar Mitzvá, Casamiento - de gente que no vive en el pueblo pero que responde a una tradición, pues sus bisabuelos o abuelos fueron colonos, y viajan expresamente a efectuar la ceremonia allí.

- ***Sinagoga Beth Abraham - Basavilbaso.*** (Anexo - FICHA N°3).

Se está ante un edificio y un terreno de importante valor económico, refiriéndose no sólo en términos de la conservación del patrimonio. Tiene además un alto valor histórico y un valor adicional, no por esto menos importante, que es el ser referente de un grupo determinado, en este caso artesanos y trabajadores manuales que construyeron este templo, cada uno aportando su oficio y conocimientos.

El edificio está retirado de la línea municipal (L.M.) y recostado contra una pared medianera sin llegar a apoyarse en esta, tiene un terreno circundante importante para un emplazamiento con estas características. Cuenta con todos los servicios que la anterior no tiene, luz eléctrica, agua corriente y cloacas, antiguamente descargaba en pozo ciego.

La división entre el interior del predio y el espacio público de la calle está dado por un muro de mampostería bajo, con rejas de hierro forjado con una serie de rizos que determinan su composición. El acceso al predio es a través de dos portones de hierro trefilado, de igual factura pero de diferente ancho, uno con dos hojas y el otro solo con una para diferenciar el ingreso de hombres y mujeres.

Sin haber podido revisar los cimientos, es posible suponer el uso de una técnica un tanto más refinada, como podría ser la utilización de una zapata corrida, esto es el ensanchamiento, bajo tierra de la mampostería de ladrillo.

El edificio está estructurado sobre su caja muraria en lo que a su carcaza se refiere, el entrepiso interior está sostenido por una trama de columnas de hierro fundido, vigas de hierro doble T y rieles de ferrocarril utilizados como vigas. Esta trama estructural se encuentra unida por unas piezas especiales en hierro, que colocadas sobre las columnas reciben a las vigas, le dan apoyo y se toman con bulones entre sí. La cubierta, a pesar de no haber podido acceder, se supone de chapa de hierro ondulada a dos aguas, por los desagües laterales, encerrada entre mojinetes y carga lateral. No es posible determinar la pendiente que tiene el techo.

Se nota en cada uno de los detalles interiores la mano de gente especializada, pero además de un amor por lo que se hacía por el arte en sí llevado a la concreción, pero también por haber estado construyendo su propio referente cultural y social. Las rejas de la entrada, las puertas y las ventanas de madera hoy muy deteriorados, los balaustres de la Bima y el Haron Hakodesh también en madera y las pinturas en la pared sudeste son solo algunos de los maravillosos trabajos, los mas visibles, realizados por estos maestros artesanos en lo que fue su lugar de reunión.

Dentro del terreno hay otra construcción que seguramente servía de depósito o algún tipo de servicio. Hoy bastante deteriorada no es de relevancia para la conservación de conjunto.

De acuerdo a documentación de la época, el edificio no estaba revocado por fuera y al frente tenía dos ventanas de madera con arco de medio punto hoy reemplazadas por ventanas rectangulares de hierro. Luego de la observación en campo se ha llegado a dos conclusiones referentes a esto, las únicas dos ventanas de madera con arco de medio punto que tiene la Sinagoga N°1 son muy similares a las que se encuentran en la Beth Abraham, esto significa que si no son esas se tuvo la suerte de contratar al mismo carpintero para que hiciese las mismas ventanas.

La otra conclusión surge de observar fotografías de época en donde se ve que las fachadas laterales no tenían las dos ventanas con arco de medio punto mas pequeñas, lo que es un buen indicio.

Existe una iniciativa por parte de la comunidad judía local de establecer un museo aprovechando la cáscara y el interior del edificio. Si bien su estado actual es regular, la posibilidad de

armar un museo en un edificio que alguna vez cumplió la función de sinagoga es sumamente interesante. Está asentado en un terreno de aproximadamente 600 m2. (15mts. x 40mts.), quedando libre una parte importante del perímetro, en el que se puedan montar exposiciones relacionadas con el trabajo en el campo, o un "patio de esculturas temáticas", o que en un futuro pueda servir para una ampliación del museo si ésta fuese necesaria.

- ***Sinagoga Colonia N°1 - Basavilbaso. (Anexo - FICHA N°7).***

Ubicada a 3kms. de la planta urbana de Basavilbaso, aproximadamente en el centro geográfico de la provincia de Entre Ríos. Está rodeada de campos de cultivo, de pastoreo y galpones para la crianza de pollos. El acceso al sitio es a través de un camino de ripio, que en los días de lluvia se torna prácticamente intransitable.

Su valor monumental es indiscutible. Por su tipología asociada a un edificio religioso; por el grado de originalidad de sus elementos componentes, mobiliario, objetos religiosos o ceremoniales y partes integrantes del edificio; por su historia; por el significado que tiene para la gente, su valor social y sobre todo porque aún hoy para fechas muy sentidas del calendario hebreo, Iom Kipur por ejemplo, se sigue utilizando.

Tipológicamente, es un típico rancho de llanura, con su galería lateral, espacio semicubierto que servía para proteger el frente de la lluvia y el sol, espacio de encuentro en donde transcurría gran parte de la vida y espacio que actúa como lugar de transición entre el exterior y el interior. Techo a dos aguas con mojinete, paredes blanqueadas a la cal y vereda exterior en ladrillos colocados en forma plana, todas ellas, son las características distintivas de este tipo de edificios.

La forestación juega un papel muy importante como entorno de lo construido, debido a las características que tiene un rancho inserto en el paisaje de llanura, donde necesita estar rodeado de árboles que lo protejan del sol, de los vientos; árboles de hojas perennes que puedan dar sombra en verano cuando están frondosos y que dejen pasar el sol en el invierno cuando están "pelados". Es fundamental tener en cuenta el entorno paisajístico y determinar el estado de conservación del conjunto arbóreo en la acción de puesta en valor. Destacándose un conjunto de árboles que forman un ovalo.

Todos estos elementos están presentes en esta "sinagoga - rancho", que por razones de uso y de función varía su distribución interior teniendo tan sólo dos habitaciones, separadas por un muro con unas pequeñas aberturas con cortinas; cada una con entrada independiente desde el exterior. una por

la galería y la otra por la fachada de atrás. Esta separación responde a una tradición cultural entre los judíos ortodoxos - la gran mayoría de los colonos de la primera inmigración mantenían algunas costumbres directamente relacionadas con el ámbito de rezo, la forma, etc. emparentada con esta corriente del judaísmo -, la principal característica es que los hombres rezan separados de las mujeres.

A pesar de resultar imposible la "lectura" de las fundaciones, de los cimientos, es prácticamente seguro que el mismo espesor del muro que se ve por sobre el nivel del piso, continúe hacia abajo hasta unos .50cm. de profundidad aproximadamente, esto significa que los cimientos no tienen zapata. El edificio está estructurado sobre su caja muraria compuesta por mampuestos (ladrillos 34cm. x 17cm. x 5,5cm.) asentados en barro, sin ningún tipo de columna o viga. Sobre esa caja muraria apoyan las cabriadas de madera que componen la estructura del techo a dos aguas de chapa de hierro ondulada.

Las aberturas se colocaban a medida que se iban levantando las paredes, como dintel se colocaba, en algunas ocasiones, un perfil de hierro (podía ser un riel de ferrocarril) y sobre eso se lo terminaba con un arco escarzano para permitir una mejor descarga de las cargas de peso propio del muro hacia el suelo.

Los pisos están asentados directamente sobre tierra apisonada, posiblemente mezclada con polvo o cascote de ladrillo, pegados con un mortero a la cal, hoy ya totalmente inexistentes, las baldosas están todas sueltas. Estas baldosas son francesas, de la fábrica "PIERRE MAUREL AUBAGNE", de 20cm. X 20cm. X 1cm. de espesor, que muestra una técnica desarrollada para la época sobre todo por el superficie inferior preparada especialmente para una mejor adherencia. El solado de la galería está hecho de ladrillos colocados con traba.

Todas las fachadas están blanqueadas a la cal, con detalles de color celeste, presumiblemente agregados luego, en los coronamientos de las esquinas. En el interior el cielorraso de pinotea, está colocado de manera facetada, dejando a la vista una parte de la estructura resistente del techo.

El mobiliario se encuentra en un estado de degradación considerable, sobre todo algunos bancos atacados por agentes biológicos que fueron "comiendo" la madera los que habría que procurar separarlos para que en el caso de estar infectados aún no contagien a las otras piezas. Las lámparas a querosen, una verdadera reliquia, funcionan todavía, permitiendo generar el clima y el ambiente de aquella época dentro del edificio.

- Sinagoga Aldea San Gregorio. (Anexo - FICHA N°1).

Es posible que sea la primer Sinagoga rural que existió en el país, y su implantación en una aldea o línea, como se conocía a ese tipo de establecimiento semiurbano, a lo largo de una calle es singular. Además existe la posibilidad de incorporar gran parte del mobiliario y objetos religiosos que se encuentran en el museo de Villa Domínguez.

El estado de conservación es malo, detectándose grietas importantes en los muros, posiblemente provocadas por algún descenso de los cimientos en ese sector o la presión ejercida por la raíz de una planta; el techo de chapa de zinc y sobre todo el sistema de desagüe pluvial por medio de canaletas exteriores, están totalmente deteriorados por la acción corrosiva del agua de lluvia; todas las carpinterías, especialmente en las ventanas, han sido atacadas por la humedad y deterioradas por la desidia de algún desconocido; esto requiere un trabajo de obra importante para su recuperación. Además la instalación del equipamiento necesario para la comodidad de los visitantes.

Es fundamental el arreglo del entorno paisajístico, que en la actualidad tiene sectores con pastos muy crecidos y malezas, árboles que se han caído y no han sido retirados del lugar y restos de construcciones que se han desmoronado. Es interesante esto último porque si bien el edificio ya no existe más, la impronta que ha dejado en el terreno revela una serie de aspectos como ser la distribución de su planta, como estaba construido, algunos materiales utilizados en su construcción, cuál era la relación con el edificio aún en pie, etc. Para la Arqueología toda huella del pasado debe ser estudiada y en lo posible y de acuerdo a su relevancia, conservada; para la Arquitectura, saber como interactuaban dos edificios, o como era un determinado conjunto edificio implica conocer de éste y del grupo humano que lo realizó, como se implanta en el terreno, orientaciones, visuales, etc.

**El perímetro del terreno se deberá cercar siguiendo las formas de principio de siglo para ayudar a la comprensión del entorno y generar una virtual seguridad del predio y sus componentes.**

- Sinagoga de Villa Clara. (Anexo - FICHA N°43).

Su estructura de armado interno es similar a la sinagoga T.L.Moises en Basavilbaso, pero mucho mas chica. Con dos plantas, la planta alta es tan solo una galería que balconeja al espacio central en planta baja. La Bima, púlpito desde donde el orador da su prédica, está ubicado en el lado opuesto del acceso al templo, delante del Haron Hakodesh, armario donde se guarda la Tora, libro sagrado de los hebreos.

Está construida con mampostería de ladrillo, revocada únicamente en la fachada principal y la estructura es posible que sea de perfilera de hierro doble te, han sido utilizados como trabas y se ven en el exterior de las fachadas laterales. La cubierta es de chapa de zinc ondulada y los desagües pluviales han sido modificados colocándolos por el exterior, se presume porque los originales o estaban tapados o picados, lo que significaba una causa segura de humedad en los muros. Su valor principal es el ambiental, asociado con un valor histórico como parte de la formación de Villa Clara, uno de los poblados más importantes de las colonias judías.

- Sinagoga de Ing. Sajaroff (La Capilla). (Anexo - FICHA N°22).

Es un edificio modesto y austero desde sus formas exteriores, su composición interna, sus paredes revocadas y pintadas a la cal y los elementos componentes de las fachadas, puertas y ventanas. Su estado de conservación es bueno no necesitando, aparentemente, realizar trabajos de obra importantes.

En el interior lo distintivo es la Bima ubicada en el centro de la planta, alejada del Haron Hakodesh. Esto es un rasgo característico de las sinagogas ubicadas en Europa Oriental. El valor de este edificio es ambiental, para el pueblo de La Capilla, y también como un complemento de la ciudad de Villa Domínguez, ya que se encuentra ubicada a pocos kilómetros de distancia.

- Sinagoga de Avigdor. (Anexo - FICHA N°67).

Su principal valor reside en su carácter tipológico, una galería que circunvala todo el edificio, cual casona de estancia; y su técnica constructiva, chapa ondulada por fuera y por dentro a modo de revestimiento de madera machimbrada sobre una estructura de madera. Las referencias al ferrocarril son también interesantes, desde los materiales utilizados, la cenefa de chapa calada, las columnas de la galería en tirantes cuadrados de madera, hasta el piso de la galería en baldosas. Es muy importante destacar esto porque es la única realizada con estos materiales y con connotaciones tan marcadas siendo que Avigdor no tuvo nunca estación del ferrocarril.

Si bien este edificio está fuera del área de intervención y de estudio, sus características obligan a tenerlo en cuenta para un desarrollo más amplio del o de los circuitos que se determinen.

- Galpón de Inmigrantes. Villa Domínguez (Anexo - FICHA N°51).



Es un galpón revestido íntegramente en chapa de zinc ondulada, en un lenguaje que es típicamente ferrocarrilero, de hecho se atribuye su construcción a la compañía que en su momento realizó la estación de Villa Domínguez y el tendido de las vías. Actualmente lo usa la cooperativa como depósito para las bolsas de cereales, pero no en su totalidad.

Por su tipología acepta fácilmente diversos usos, éste es uno de los valores más importantes que tiene asociado con el histórico, a partir del cual se puede reconstruir la ruta de los colonos a su llegada al país, - desde el puerto de Buenos Aires, en tren hasta la provincia, su estadía en el galpón y su posterior traslado a los campos asignados por la Jewish Colonization Association (J.C.A.) -. Este galpón ya ha sido utilizado con otros fines con buenos resultados, ya que la fiesta organizada con motivo de los 100 años de Villa Domínguez se realizó en su interior.

El mayor inconveniente es su baja aislación térmica debido al material en el que está construido y a la función para la que fue concebido. Si bien no presenta gran deterioro; algunas de las chapas deben ser reemplazadas, se debe revisar su estructura para determinar si existe algún desajuste y sus aberturas y también ventanas y portones.

## **Museos.**

- ***Farmacia “Dr. Noé Yarcho”. Villa Domínguez.*** (Anexo - FICHA N°47).

En este edificio antiguamente funcionó una farmacia. El local de atención al público se encontraba en la esquina, por donde se accedía y en el interior las estanterías y mostradores íntegramente de madera albergaban los frascos que contenían las sustancias y las drogas que se utilizaban en la preparación de los remedios. De todo esto hoy lo único que no se conserva, quizá por una falta de información, son los frascos de todas las medidas y colores que “adornaban” los escaparates. Actualmente funciona el Museo y Archivo Histórico de las Colonias Judías.

Los elementos que componen la “colección” del museo, están relacionados con el hogar, el trabajo, la religión, la cultura, la escuela, es decir la vida cotidiana de un determinado grupo humano y también de una comunidad. Hay objetos que mirados hoy, se pueden definir como excepcionales no sólo para la época, sino también para el lugar. Sucede algo similar con el material del archivo. No están debidamente expuestos los objetos, ni clasificados. Similar situación sucede con el archivo que cuenta con diarios, revistas, fotografías, libros; muchos de estos en Idish, Hebreo, Polaco y Ruso aún sin traducción. Los elementos y útiles referentes al trabajo en el campo, o de pequeños artesanos están amontonados en un galpón del fondo e algunos están a la intemperie.

El valor histórico asociado con el valor como referente de una determinada cultura de las piezas de la colección es innegable. A estos dos factores se le suma el hecho de contar con un edificio propio, un valor económico, y además el poder recrear en sus ambientes, cada una de las actividades que se desarrollaban en una casa y en un local, en este caso una farmacia.

La estructura es de muro portante de ladrillo asentado en mortero de cal, las fundaciones se suponen de zapata corrida de ladrillos y los contrapisos hechos con cascote de ladrillo, tierra y cal. En la galería las columnas son de hierro fundido con capiteles trabajados con motivos vegetales, actualmente debido a la construcción de una pared y otros elementos, está a la vista una sola de estas columnas, quedando las otras ocultas dentro del muro.

En un sector del edificio había un sótano que ventilaba hacia la calle a través de una abertura con rejas y se accedía a él por una tapa en el piso en uno de los ambientes contiguos al local principal. Hoy en desuso, trae serios inconvenientes a la estructura misma del edificio, detalles que son analizados en las planillas de patologías.

La cubierta de chapa ondulada colocada a un agua por sector, no visible desde el frente a la calle por la carga del muro, desagua a través de un sistema de canaletas, embudos y caños de chapa en el exterior. Dentro el cieloraso es machimbrado de pinotea, con cornisas molduradas colocadas en la unión del muro con el plano del cieloraso, algunos están barnizados o con tinta de lustre y otros pintados al aceite con colores claros. El mismo material, la pinotea, fue utilizado para los pisos de dos de los locales, colocados con cámara de aire ventilada hacia el exterior, los demás pisos son de baldosas de diversos diseños y colores.

Sobre una de las calles laterales el terreno continúa hasta la esquina siguiente, generando un frente de unos 40mts. Aproximadamente. Un sector de terreno que queda libre, está ahora ocupado por un galpón precario de chapa ondulada, en el resto se “exhiben” distintos elementos que guardan relación directa con el trabajo de los inmigrantes en el campo y algunos objetos de uso en el hogar.

- Museo Histórico y Regional de la Colonia San José. ( Anexo - FICHA Nº31).

Su colección es magnífica, y ese es su valor fundamental. Está ordenado, aunque no con un criterio museológico, así que el asesoramiento en esa disciplina es primordial. **Realizar el inventario y**

la clasificación de todos los elementos que alberga es otra de las tareas prioritarias y necesarias, previas al montaje de cualquier muestra permanente o temporaria.

Es necesario dotarlo de mas espacio físico para la correcta exhibición de una de las colecciones de la inmigración y de la provincia más importantes, cualitativa y cuantitativamente. Para eso debería contar con otra sede. Existe la posibilidad de hacerlo en la casa Díaz Cora ubicada a pocas cuadras (3/4 cuadras) del museo.

- *Casa Díaz Cora - San José*. (Anexo - FICHA N°30).

Esta casa y o la casa Bard pueden servir para la ampliación del Museo para realizar entre otras cosas el armado de exposiciones temporarias, archivos o depósitos, sala de conferencia, aulas para cursos, talleres de restauración, etc., etc. Se está en conocimiento que esta es una vieja aspiración de la Dirección del Museo y de la Municipalidad, hecho importante, para la toma de decisión política y de gestión.

Es una típica casa de pueblo de estilo italianizante, en terreno en esquina, teniendo el acceso al local, en donde funcionaba una ferretería, por la misma y el acceso a la vivienda por una de las calles laterales. Con patio al fondo y una galería en ele y luego un jardín que posiblemente haya funcionado como huerta en sus comienzos.

Su caja muraria realizada en mampostería de ladrillo, es posible que sea portante, por el espesor de la misma; pero considerando que la cubierta es de tejas francesas, lo que implica mucho peso propio, podría existir la posibilidad de alguna viga de hierro que actúe como contención del empuje lateral de la estructura del techo. Toda la estructura está armada con cerchas de madera y tejuelas de ladrillos de 34cm. x 17cm. x 3cm. apoyadas sobre alfajas, por encima la terminación es de teja francesa original "PIERRE SACOMAN - ST. HENRY MARSEILLE" de factura industrial, la misma que se ha usado en algunas de las estaciones de ferrocarril, y que en muchos casos llegaba al país como lastre de los barcos cargueros. La cubierta de la galería es de chapa de hierro ondulada clavada en las puntas y empotradas en los laterales.

Los cielorrasos son de madera machimbrada de pinotea, con rosetones en las esquinas y cornisas molduradas en la unión del muro con el cielorraso, en algunos sectores de la casa se los han quitado dejando a la vista la estructura resistente del techo.

La diferencia en cuanto a la conservación de su estilo y morfología inicial es muy marcada, mientras en el local de la esquina donde hoy funciona un bar orientado a un público adolescente, la constante es el cambio de colores, aberturas en paredes interiores y la falta de respeto a la esencia del edificio; en el sector donde funcionan consultorios la conservación de objetos, materiales, formas constructivas y esencia se hace mas presente, brindando la posibilidad de determinar como era en algunos aspectos el otro sector de la vivienda.

Sobre la calle lateral por la que no se accede a la vivienda se construyeron unos volúmenes que albergan un garaje y unos baños que corresponden al bar, los que no aportan absolutamente nada a la idea del edificio, mas bien perjudicando la lectura original del mismo.

### **Producción.**

- Cooperativa Agrícola Lucienville. Basavilbaso. (Anexo - FICHA Nº4).

Este caso es singular ya que el edificio no tiene la misma importancia que la institución que alberga. Fue fundada en 1900 y si bien sus creadores al principio no lo sabían, estaban sentando las bases del cooperativismo en la Argentina y dándole vida a la primera cooperativa agrícola del país.

"Esta cooperativa, Sociedad Agrícola de Lucienville, ofrecía una gran variedad de servicios a sus miembros, incluyendo la comercialización de la producción del campo, operación en negocios de todo tipo, préstamos y seguros, y la divulgación de información referida a la agricultura."<sup>1</sup> Esto da la pauta de su valor histórico, no sólo en el ámbito local o regional, sino también a escala nacional ya que; en la historia del cooperativismo en la Argentina, la audacia de este grupo de colonos y sus sueños no pueden estar ausentes. Tiene también un alto valor social porque aún hoy sirve a la comunidad, con las mismas funciones para las que fue creada.

El edificio está en buen estado de conservación, tiene algunos desajustes mínimos, como grietas, rajaduras, hongos en fachada, pero nada que implique trabajos de obra importante.

Lo interesante, cuando un edificio conserva aún su uso, mas allá que este sea el original o no, es la capacidad de gestión con que se cuenta para su puesta en valor. La posibilidad más cercana es establecer una quita o una rebaja en los impuestos municipales por un determinado margen de tiempo, a cambio de la restauración del local por cuenta de la cooperativa con un asesoramiento externo,

técnico y una supervisión de los trabajos. Una modalidad similar implementó la ciudad de Mendoza hace unos dos años, para recuperar las fachadas de los edificios de época.

### **Cementerios Judíos.**

Todas las colonias tienen cementerios, con diferentes niveles de conservación y mantenimiento. **Es fundamental realizar el relevamiento de las tumbas para informar a través de la AMIA a los familiares que se encuentren en el país y de la DAIA a los que se encuentren viviendo en el exterior. De esa manera se podría generar una línea de contacto tendiente a solventar los gastos de mantenimiento y arreglos que son necesarios.**

- Cementerio Basavilbaso. (Anexo - FICHA N°6).

El Dr. Bernardo Uchitel, fue un médico filántropo, querido y admirado por la comunidad. Don Moisés Blejer, uno de los fundadores del Sociedad Agrícola Lucienville.

- Cementerio Villa Clara. (Anexo - FICHA N°44).

- Cementerio Aldea San Gregorio. (Sonnenfeld). (Anexo - FICHA N°52).

Aquí se encuentran enterradas algunas de las personalidades más sobresalientes que habitaron las colonias judías. Algunos de ellos son el Dr. Noé Yarcho, conocido en toda la colonia Villa Clara como el médico milagroso, redactor del primer trabajo científico en la historia de la medicina entremiana, Director del Hospital Clara de Villa Domínguez y uno de los hombres mas respetados. El Dr. Jorge Wolcomich, invitado a venir a la Argentina por el Dr. Yarcho y también Director del Hospital Clara.

### **Viviendas Particulares.**

- Casa de Colonos. Hambis. (Anexo - FICHA N°19).

Es una típica casa de las colonias, construida por adición de volúmenes. Todos los ambientes ventilan por lo menos con dos aberturas hacia el exterior y se comunican entre sí, a excepción del depósito que tiene un acceso directo desde la galería. Esta galería no es en forma de alero saliente sobre la fachada tomando todo el frente, sino que tiene una particularidad, completa la planta en U que conforma la casa y la cierra, a modo de logia o porche. Posteriormente la galería fue cerrada con un muro, constituyendo un ambiente más.

---

<sup>1</sup> ISAAC PODLUBNE. "Movimiento y Desarrollo del Cooperativismo Mundial". Buenos Aires. 1962. Citado por Moreno D. Winsberg en "Jewish Agricultura Colonization in Entre Ríos, Argentina" Art.I,II y III de "The American Journal of Economics and Sociology" Vol. 27 N°3. Julio 1968.

Su entorno natural ayuda a conformar un conjunto homogéneo para comprender la forma de vida en una época lejana. He ahí su valor principal, el ambiental, junto con el tipológico. El estado de conservación de la vivienda es regular, notándose un deterioro mayor en el interior.

- Casa Mass. Villa Clara. (Anexo - FICHA N°46).

Casa típica de las colonias dentro de un trazado urbano como lo es el de Villa Clara. Está asentada sobre un campo alambrado y cuenta con un galpón de chapa en la parte trasera de la vivienda y separado de ésta. El estado de conservación es malo, especialmente los muros, algunos de los cuales están perdiendo su natural verticalidad, lo que predice su posible derrumbe.

- ***Casa de la familia Metz - Aldea Eingelfeld.*** (Anexo - FICHA N°83).

La tipología de la vivienda de los Alemanes del Volga, es un rasgo distintivo que ha formado parte del proceso de transculturación cuando la llegada de los inmigrantes a nuestras tierras. Su implantación dentro del terreno puede tener variaciones pero su composición en planta es básicamente la misma y no tiene variaciones de una a otra. Estas variaciones comienzan a notarse cuando se le adicionan volúmenes o se modifica su carcasa muraria significativamente.

El terreno está rodeado con un cerco vivo de libustrina y hay algunos árboles en la parte trasera de la vivienda. Así una casa con cuatro habitaciones, dos a un lado y dos al otro enfrentadas, divididas por un pasillo que comunica con el exterior se corresponde en su esencia con la tipología alemana.

La vivienda está estructurada sobre su caja muraria compuesta de ladrillos asentados en barro. El exterior revocado y con detalles de pilastras en las esquinas unidas al zócalo corrido es un detalle de ornamentación distintivo de esta tipología. Como así también, la estructura de madera de diseño particular para el armado del techo, con la cumbrera continuándose por sobre los faldones y armando la ventilación del entepiso que se forma con el cieloraso de madera entablonada y que se utilizaba como lugar de guardado.

El material utilizado en el techo es chapa de hierro ondulada, colocada sin mojinete ya que el tipo de cubierta es a cuatro aguas. Las aberturas son todas de madera armadas a partir de un bastidor, con tableros las puertas y varillas con masilla desde el exterior para sostener los vidrios en las ventanas. Es rara la ausencia de postigos de madera, tan común en estas casas, que se utilizaban como elementos de oscurecimiento y seguridad.

En el interior, tan austero como el exterior, los muros están revocados a la cal y los pisos son de baldosas aparentemente de factura nacional por las imperfecciones en la terminación de sus bordes y de su superficie, colocadas en forma trabada. El acceso al entrepiso se realiza desde el pasillo que divide las habitaciones a través de una tapa en el cieloraso.

- Casa particular. Aldea Protestante. (Anexo - FICHA N°60).

Las casas que los Alemanes del Volga construyeron en sus colonias son el producto de una transculturación, al llegar a estas tierras la casa que traían en su memoria era la que habían habitado durante casi un siglo en Rusia, por lo tanto era la que conocían, sabían usar y servía a sus fines.

Es válido aclarar dos cosas, primero que ésta no es la vivienda paradigmática de la aldea, pero sí una de las que mejor se conserva, además, está frente a la iglesia, con la que guarda una similitud en el tipo constructivo; segundo que al tomar como ejemplo esta casa, lo que se intenta es sentar un precedente y establecer las bases para la puesta en valor de cada una de las viviendas de tipología similar y de la aldea en su conjunto.

Esta casa se encuentra en un buen estado de conservación, - esto es lo que se ve en el exterior -, no se observa ninguna modificación en su estructura original como así tampoco en sus partes componentes. Básicamente los agregados o modificaciones más frecuentes en estas viviendas pasan por un cambio de color en fachada y aberturas, aplicación de revoque en las que tenían el ladrillo a la vista y el cambio de las ventanas por otras más "modernas". Todas modificaciones con posibilidades de reversibilidad.

- Casa particular. Aldea San José - Crespo. (Anexo - FICHA N°74).

Esta vivienda ubicada en la antigua aldea San José, tiene un grado de deterioro importante, no tiene modificaciones aparentes y es una de las primeras construidas por los inmigrantes. Su principal valor es el ambiental, esto significa que hay otras viviendas en la aldea sobre las que habría que intervenir también, así se establece un todo armónico dando lugar a una puesta en valor de conjunto.

### **Estaciones de Ferrocarril.**

El valor principal que presenta todo el equipamiento dedicado al ferrocarril es definitivamente el tipológico, asociado directamente a un valor económico innegable.

El valor tipológico, por formar parte de lo que se dio en conocer como la Arquitectura de la Revolución Industrial o "The Functional Tradition" (Tradición Funcional Inglesa). La tradición del funcionalismo, se refiere en la historia de la arquitectura, al conjunto de fábricas y depósitos industriales, fluviales y navales que surgieron a fines del siglo XVIII y primera mitad del XIX. A ellos también estuvieron asociados los ferrocarriles, como resultado de la transformación productiva, económica y social que tiene lugar en Inglaterra con motivo de la Revolución Industrial. "Los edificios encuadrados en esta tradición, poseen un carácter que surge de cómo se ha resuelto el desafío que el aspecto funcional del programa presentaba. Todas las cualidades que los agrupa - simplicidad, énfasis en una geometría arquitectónica básica más que en un ritual de estilos históricos, el uso de materiales de forma que surgen con fuerza sus cualidades intrínsecas - no son sino, el producto de una relación reiterativa entre medios y fines que la acepción de la palabra funcionalismo implica."<sup>2</sup>

En nuestro país tuvo un desarrollo inusitado debido a las inversiones realizadas por el gobierno Británico, prácticamente desde los comienzos del transporte sobre rieles, pero que no se limitaron a eso únicamente sino que están también los ejemplos de los puertos y de los establecimientos industriales, uno de los cuales es analizado en este estudio.

La infraestructura ya montada responde al valor económico, que sólo está esperando ser utilizada por los trenes y los pasajeros. Además cada uno de los componentes de ese gran sistema que es el tren tiene un valor agregado que lo hace particular. El valor de las estaciones, desde el punto de vista patrimonial no debe ser evaluado individualmente, sino como parte de un sistema, que a pesar que hoy no esta prestando un servicio regular, no significa que en el futuro no pueda correr ya sea un tren de línea o un servicio turístico entre las colonias. Cada estación debe ser tomada como un caso particular pero teniendo en cuenta que forman parte de un sistema de transporte.

- Estación Ferrocarril. - Basavilbaso. (Anexo - FICHA Nº8/9/10).

El caso de Basavilbaso es de suma importancia, por las características y la importancia que ha tenido ese medio de transporte para la ciudad. Por esto el área de los galpones de reparación de locomotoras y la estación vieja debe ser tomada como una unidad, y el área de la nueva estación, hoy en uso únicamente para el paso de los trenes de carga. Debe ser pensada a partir de las potencialidades con las que cuenta para una utilización con fines turísticos, y determinar la posibilidad

---

<sup>2</sup> J. M. RICHARDS, "La tradición funcional en los primeros edificios industriales." Architectural Press. Citado por Jorge O. Gazaneo en "Arquitectura de la Revolución Industrial". IAA. Buenos Aires 1966.



cierta del paso de un tren histórico. Sin dejar de lado la verdadera utilidad que se le debería dar al ferrocarril, esto es el transporte de pasajeros asociado con el transporte de cargas.

**Las gestiones de la Provincia ante las autoridades de la concesión, son importantes para la instrumentación del uso integral. Además de un correcto asesoramiento técnico y legal, y un seguimiento particularizado de las obras para la puesta en valor de dicho patrimonio.**

- Estación Ferrocarril. - Villa Domínguez. (Anexo - FICHA N°50).

Esta estación que permanece cerrada, a diferencia de las otras, y que con los galpones de estructura ladrillera, las señales y el equipamiento ferroviario forman un todo homogéneo, puede pasar a manos del municipio para ser utilizada con otros fines.

Su ubicación dentro de la trama urbana es periférica por lo tanto detrás de la estación se generó el pueblo de Villa Domínguez y delante de ésta el horizonte abierto de los campos sembrados.

Otro de los elementos que forma parte de este conjunto, ubicado en diagonal al edificio de la estación, es el elevador de granos. Este permanece en uso igual que los ocho silos para almacenaje. La vista que se logra del pueblo y de los campos circundantes desde el último piso del elevador es magnífica. Es un dato a tener en cuenta ya que es el único caso en el que se puede tener una perspectiva diferente en los poblados de la colonización. (fotos 28 a 31)

El estado general de la estación es bueno, se desconoce lo que pasa en su interior, no se puede decir lo mismo de los galpones ladrilleros ubicados enfrente. En ellos la estructura de madera e hierro del techo está deteriorada y faltan algunas chapas, el interior es de planta libre sin ninguna pared divisoria.

- Estación Ferrocarril. - San Salvador. (Anexo -FICHA N°35/36).

El de San Salvador es un caso similar al de Basavilbaso ya que cuenta con dos estaciones, una vieja de chapa ondulada y estructura de hierro y madera, que actualmente se utiliza como depósito y la nueva estación en estructura de mampostería.

La primera presenta un estado de conservación regular, pero al tratarse de una construcción de armado en seco, lo único que se debería verificar es el estado de la estructura resistente y de las chapas de zinc. Es por demás interesante esta estación de montaje en seco ya que constituye uno de los

anhelos perseguidos por la arquitectura de la Revolución Industrial. El poder fabricar piezas componentes de un todo a miles de kilómetros de distancia de donde luego serán armados cual rompecabezas. El valor tipológico junto con el histórico y el técnico - constructivo hacen de este edificio un ejemplo más que interesante.

- **Estación Ferrocarril. - Ubajay. (Anexo - FICHA Nº41)**

Con una implantación un tanto atípica para una estación de ferrocarril de pueblo, ya que se encuentra en situación de borde respecto de su planta urbana. La estación se encuentra formando un conjunto único con las viviendas del jefe de estación, la de los auxiliares y el tanque de agua íntegramente de hierro remachado.

Esta estación es un patrimonio en sí mismo, teniendo en cuenta que el ferrocarril de carga, el único que corre por la provincia, ya no pasa por Ubajay. Dentro del trazado del ferrocarril en la provincia de Entre Ríos, es una de las pocas estaciones junto con la de Juan Jorge, Villa San José, Pedernal y Calaballiza construidas en piedra.

Todos los materiales que intervinieron en la construcción, a excepción de la piedra usada para revestir el exterior de la estación y quizá la madera de la estructura, fueron traídos de Inglaterra como mandaba la Tradición Funcional Inglesa, "... Estos edificios pertenecen por entero a un nuevo campo de diseño a escala super humana, mediante los cuales se dio forma física a una Inglaterra que dejaba de ser agrícola para convertirse en industrial; que dejaba de ser ruralista para convertirse en urbana"<sup>3</sup>.

Las piezas componentes se fabricaban en su país de origen, concebidas como partes de un "mecano", eran transportadas a través del mar por la flota más importante en ese entonces, luego descargadas en los puertos que ellos mismos habían desarrollado y finalmente trasladados por tierra, con el transporte concebido y diseñado a mediados del siglo pasado en la gran isla del norte. Luego eran ensamblados "in situ" dándole forma a una arquitectura con una fuerte carga simbólica.

Como se dijo anteriormente la piedra utilizada para revestir el exterior del edificio fue traída del palmar y cortada en obra para luego ser aplicada. Cuatro estaciones mas dentro del ramal están revestidas en piedra, estas son las de Juan Jorge, Villa San José, Pedernal y Calaballiza.

---

<sup>3</sup> IBIDEM.

Todo el techo estaba revestido con pizarra cuadrada clavadas entre sí, pero luego, desconociéndose el motivo, fueron reemplazadas por chapa ondulada. En el interior los pisos del sector de la vivienda en planta baja, la oficina del jefe y la sala de espera tenían los pisos revestidos con baldosas de la fábrica "PIERRE MAUREL AUBAGNE", de 20cm. X 20cm. X 1cm. de espesor, las mismas que ya se habían encontrado en otros edificios. Los demás pisos son machimbrados de pinotea y el del depósito de encomiendas que es de cemento alisado.

El instrumental para comunicación, telégrafo, sigue funcionando perfectamente usándose aún hoy para enviar y recibir mensajes referentes al único tren carguero que pasa por allí una vez por semana aproximadamente. La conexión eléctrica es precaria y debiera necesariamente realizarse como corresponde para evitar cualquier inconveniente referido a la seguridad del edificio, incendio por ejemplo, y del instrumental con el que cuenta.

**La declaración como Patrimonio Histórico Provincial es prioritaria para detener cualquier intento de modificación a su situación actual. Es indudable su valor histórico, tipológico y su valor por las características técnico-constructivas que se aprecian en todos sus detalles gracias a su conservación.**

Funcionaría estupendamente como una estación - museo, ya que cumpliría dos roles fundamentales, como lo es la comunicación de los pueblos por medio del tren, esencia para la cual fue concebido este medio de transporte; y el rol educativo, formador a través de un ejemplo viviente de los sistemas que servían de apoyo al transporte sobre rieles.

- ***Pueblo Liebig.*** (Anexo - FICHA N°58).

En este caso en particular se ha trabajado haciendo un relevamiento del estado general del pueblo, estableciendo un porcentaje determinado de acuerdo al grado de originalidad que conservan los distintos edificios y elementos que componen la traza del poblado.

Además se realizó un relevamiento particularizado del "camino de las vacas", por donde entraban, cual era su recorrido y adonde llegaban al final de éste; una de las viviendas de "La Hilera"; el módulo base a partir del cual están armados los "corralones" y "La Soltería" y el hospedaje "The Mess", con el fin de determinar su estado de conservación, sus patologías, sus modificaciones y poder levantar los planos con sus medidas o un esquema de su organización en planta.

Debido a la complejidad y a la importante cantidad de elementos que componen el pueblo, es que no se realizó un análisis de componentes de cada uno de los ejemplos tipológicos que lo conforman, como se ha hecho en los casos anteriores.

Con este relevamiento y la visita a los edificios anteriormente mencionados se pudo observar la excelente calidad constructiva de los mismos y la buena factura y terminación de los materiales utilizados como así su duración a pesar de no tener en alguno de los casos ni siquiera el mínimo de mantenimiento. La mayoría de estos materiales llegaban desde Inglaterra en barco, como así toda la maquinaria utilizada en el proceso de industrialización del ganado de la que hoy por desinformación y desinterés solo queda en existencia un 20% de la planta original y la mayor parte de los galpones permanecen cerrados y vacíos.

“El camino de las vacas” es una construcción hecha íntegramente en mampostería de ladrillos, con madera de pinotea y caños de hierro. Desde que las vacas llegaban primero ariadas por los reseros, y luego llevadas con camiones; la revisión del animal y posterior selección por personal especializado, el lavado de las vacas en cada uno de los compartimentos, especie de “corrales” con bebederos, el pesado de las mismas y su posterior ingreso a la fábrica en donde eran faenados.

Cabe destacar lo sucedido con el pueblo melizo ubicado en la ciudad uruguaya de Fray Bentos, en el que la casi totalidad de las instalaciones de la fábrica, la usina, el puerto, el sector administrativo y el pueblo han sido conservados. Hoy funciona un incipiente museo de la industrialización del ganado y un “parque industrial” destinado a la pequeña y mediana empresa, que incluye entre otros rubros las artesanías.

## **1.2. - Situación actual del equipamiento urbano y de la planta turística - recreativa.**

### **1.2.1. - Estudio urbanístico: Usos del suelo, morfología urbana, tipos arquitectónicos.**

#### **1.2.1.1. LOS POBLADOS DE LA COLONIZACION JUDIA.**

Existen básicamente dos formas de ocupación del suelo, la netamente rural, con sus variaciones de poblado rural o conjunto de casas, agrupadas de a cuatro en la intersección de una línea (camino principal), y una calle secundaria, colocando una en cada esquina; es el modelo de asentamiento establecido por la colonización judía; y la urbana, con sus diferentes modelos de trazado de ciudades o poblados.

El trazado de estos dos pueblos analizados es diferente entre sí, esto es una particularidad interesante de destacar, porque en el momento de su fundación, ya regía en el país la Ley de Inmigración y Colonización que establecía el Modelo de ciudad territorial republicana y el Modelo urbano para la fundación de nuevas ciudades. Basavilbaso está asentado sobre una cuadrícula compuesta por manzanas de 100mts. por 100mts. de lado, pero alejado de la configuración urbana del modelo ortodoxo, definido por los elementos tradicionales del urbanismo decimonónico y de las leyes de Indias, estos elementos son: la Plaza central, plazas menores, calles a medio rumbo, dos accesos importantes sobre sus ejes principales perpendiculares entre sí, manzanas cuadradas y lotes reservados especialmente para los edificios públicos representativos, frente a la plaza principal y a las secundarias.

Esta cuadrícula preestablecida se va a modificar o se va a adaptar, cuando la traza de las calles convive con la traza del ferrocarril, con el sitio establecido para la estación y con los espacios residuales que por lo general aparecen a los costados del tendido de las vías.

La plaza principal, en su forma y función conocidas, cuadrada a la que confluyen perpendicularmente dos calles importantes, como punto de encuentro de la gente, como referencia de los edificios más importantes (municipalidad, iglesia,

cuartel de policía, etc.) y principalmente, como portadora de un mensaje simbólico muy fuerte; es raro encontrarla en estas condiciones en los pueblos de la colonización judía.

Pero si existe otro tipo de plazas o lugares de encuentro y en los que se ubican algunos de los edificios más importantes, en Villa Domínguez, alrededor de su plaza circular están la Sinagoga y el Hospital; en Basavilbaso, el lugar de encuentro y relación entre la gente son las plazoletas del boulevard San Martín, a lo largo de la cual se encuentran la Sinagoga T'L.Moises, la más grande de todas, escuelas, el Club Social y la Cooperativa Lucienville.

- **Usos del suelo.**

Basavilbaso. (Anexo - PLANO N°1).

El trazado de la planta urbana tiene su origen en el establecimiento de la estación del mismo nombre perteneciente a la línea ferroviaria Paraná - C. del Uruguay y sus ramales a Gualeguaychú y Villaguay. Esto significa que es un auténtico poblado del ferrocarril. El hecho de estar ubicado prácticamente en el centro geográfico de la provincia y en una zona alta, sobre la Cuchilla Grande, fue determinante para que se convirtiera en el nodo de distribución más importante de todos los trenes que circulaban por la provincia.

La vieja estación y los galpones de reparación de locomotoras, ubicados en el centro de la planta urbana, dividiendo a ésta en cuatro partes, dan la pauta de la importancia que tuvo el ferrocarril en el nacimiento y en el desarrollo de este pueblo. La planta urbana sigue el modelo impuesto por las Leyes de Indias y adoptado por la Ley de Inmigración y Colonización que establecía el Modelo urbano para la fundación de nuevas ciudades; la particularidad está dada porque en el centro de la ciudad no se encuentra la plaza principal sino el área de la antigua estación y los galpones.

La traza del ferrocarril, y de la planta urbana están giradas 45° una respecto de la otra. Mientras las vías del tren siguen el rumbo Norte - Sur, Este - Oeste, la ciudad está implantada a medio rumbo de acuerdo con el Modelo urbano ya definido.

Todo esto permite calificarla como una ciudad diferente, interesante para ser visitada por ella misma.

Villa Domínguez. (Anexo - PLANO N°2).

El trazado de este pueblo no guarda relación alguna con ningún modelo preestablecido, al menos de los conocidos y utilizados dentro del país. Su planta urbana guarda una gran similitud con la planta fundacional de la ciudad de París, compuesto por una plaza circular a la que confluyen ocho calles conformando de esta manera una estrella (Place de l'étoile en París), la calle más larga que corre de Norte a Sur, bien puede ser tomada como el eje principal (eje histórico en París) y plazas o plazoletas secundarias ubicadas en forma radial.

Desde el punto de vista morfológico, el mayor inconveniente de este poblado es la falta de una lectura clara de su plaza central, debido principalmente a la falta de bordes consolidados. Los vacíos y las discontinuidades en lo construido diluyen la lectura del espacio circular.

El mayor valor que tiene Villa Domínguez es justamente la singularidad de su planta urbana, caso único en Entre Ríos y en la Argentina. Pero para eso se debe notar no sólo en el plano este caso atípico, sino también haciendo un recorrido por la ciudad.

- **Morfología Urbana.**

El nacimiento de prácticamente todas las ciudades o pueblos vinculados directa o indirectamente con la colonización judía, se dio a partir de la llegada del ferrocarril. Este generó alrededor o detrás de la estación, asentamientos que, en un principio, no fueron otra cosa que unos pocos ranchos en donde vivía la gente que trabajaba en la construcción del ferrocarril.

Las ciudades están constituidas por un tejido, por una trama que no es otra cosa que la repetición sistemática de la unidad funcional denominada manzana, que junto con las calles perimetrales que la definen como tal, componen la traza urbana sobre la que esta se asienta. La posterior ubicación de los edificios dentro del

perímetro de la manzana de acuerdo a un parcelamiento establecido, genera el espacio público de la calle y con esto su diferenciación de lo privado.

Las calles, los edificios significativos y/o singulares, las plazas como lugares de encuentro y reunión y los barrios o sectores definidos son los elementos, que unidos, conforman la trama urbana a la cual se hizo referencia antes. Hay que agregar la estación del ferrocarril, ya que genera un espacio urbano diferente, tanto en su seno como en su entorno inmediato.

En los principales centros urbanos de las colonias se ha detectado un área morfológicamente homogénea en la zona de la estación del ferrocarril. En el caso de Basavilbaso, frente a los andenes de la nueva estación, mientras que frente al edificio propiamente dicho, se define un borde consolidado por una construcción de dos plantas (antiguamente un hotel de pasajeros), la municipalidad y otros edificios menores. Hacia el este de la vieja estación sucede algo similar aunque con mas densidad en cuanto a la ocupación del suelo se refiere.

Villa Domínguez está muy bien forestada, teniendo gran variedad de especies arbóreas, distribuidas en plazas y plazoletas del boulevard, como así también en las veredas; esto le otorga una calidad espacial diferente. El estado de las calles de tierra es malo, el que se agrava cuando llueve, siendo muy dificultoso un recorrido peatonal.

- **Tipos Arquitectónicos.**

A través de los tipos arquitectónicos se puede leer el paisaje urbano. Los tipos arquitectónicos corresponden a la función residencial, viviendas urbanas y rurales; religiosa; de la producción y del transporte. En cuanto a la primera función, se ha detectado, tanto en las ciudades y pueblos de la colonización judía como en las aldeas de alemanes del Volga, el tipo correspondiente a la vivienda individual. Esta modalidad es la predominante, inclusive en zonas rurales, en donde si se daban grupos de a cuatro casas en la intersección de dos calles.



Coexisten, las viviendas que corresponden al período que comprende las últimas décadas del siglo pasado y las primeras de este, que está caracterizado por el retiro del edificio de la línea municipal, generando de esta manera un espacio de transición entre exterior e interior que se ubica en el ámbito privado de la vivienda y sobre uno de los ejes divisorios del lote, dándose así una galería descubierta en el lado opuesto.

Particularmente en la parte urbana el tipo mas difundido es la casa chorizo, que es la sucesión de una serie de locales que van dando a un patio lateral y que remata en la parte de servicio (cocina y baño), pero también tiene sus variantes como ser las ubicadas en terrenos de esquina, con frente a las dos calles y en otras siendo un sector de esta, local comercial por lo general con acceso desde la esquina.

Otro tipo predominante es la casa compacta, de una sola planta, que en los poblados rurales, contigua a esta en algunos casos, se construía un galpón para depósito de herramientas o como "garaje". Los locales principales daban al frente, hacia la calle y los de servicio a un patio trasero o una quinta pequeña.

#### 1.2.1.2. PUEBLOS INDUSTRIALES.

- **Uso del suelo.**

Al mismo tiempo que la fábrica se establece en nuestro país, surge Pueblo Liebig. Para brindar las comodidades necesarias de alojamiento a todos sus trabajadores, desde el personal gerencial hasta los obreros. Su traza comprende tres sectores perfectamente delimitados que son: - área industrial donde está la fábrica y el puerto - el barrio del personal jerárquico y - el barrio obrero. Además de un sector retirado del pueblo, sobre la ruta de acceso, en el que se encuentra el club social para la recreación y el esparcimiento.

- **Morfología Urbana.** (Anexo - Plano N 3).

Dentro del primer sector se encuentran los galpones ladrilleros de la primer época de construcción del complejo fabril, y junto a éstos las adiciones posteriores de volúmenes con un lenguaje completamente distinto y que nada tiene que ver con la Tradición Funcional Inglesa con la cual fueron concebidos. Los elementos distintivos

del conjunto lo constituyen las dos chimeneas, realizadas en mampostería de ladrillo, de las que hoy queda una sola en pie.

El sector del personal jerárquico, conocido como "La Hilera", "... se encuentra ubicada en una zona alta, con magníficas visuales al río Uruguay. Se encuentra en una calle ancha y bien arbolada de paraísos y otras especies exóticas, en las que se van sucediendo los "chalets", rodeados de bien cuidados jardines."<sup>1</sup> Estos "chalets", eran las viviendas del personal jerárquico, construidas en mampostería de ladrillo, con techo de chapa de zinc ondulada y estructura combinada en hierro y madera, tienen un alto valor tipológico y técnico - constructivo además del valor ambiental que representa junto con todo el pueblo.

Allí se encuentran también la biblioteca, el club de tenis, el correo y "The Mess". Este último, es un edificio destinado al alojamiento de los empleados solteros, llegados desde Inglaterra y que no permanecían por mucho tiempo. Sin llegar a ser un hotel, funcionaba como una especie de posada o pensión. Hoy en mal estado de conservación y parcialmente ocupado.

Un poco más cerca de la costa del río, y dentro de un parque con frondosa vegetación esta la "Casa de Visitas", "Allí se alojaban los Directores de la Compañía Liebig en sus periódicas visitas y también las altas personalidades que hacían su arribo con fines diversos. Tenía lujoso mobiliario, costosa vajilla, platería, fina cristalería, alfombras y tapices de alta calidad."<sup>2</sup> El Príncipe de Gales se alojó en esta casa en 1925, con motivo de su visita a la fábrica.

El último sector, ubicado en la zona baja del conjunto, está compuesto por "El Pueblito", "La Soltería", "El almacén de ramos generales", el "Club Liebig", la escuela y en las últimas décadas fueron construidas la iglesia y la plaza.

- **Tipos Arquitectónicos.**

---

<sup>1</sup> CANAVESSI, C.; DE CARLI L.; ACUÑA R.. "De la conservación de las carnes a la conservación del patrimonio". Investigación Entre Ríos 1988.

<sup>2</sup> RODRÍGUEZ, JOSÉ LUIS. "Vivencia. Testimonios. Alegatos. Propuestas.". C. Del Uruguay - E.R. - A.G. Yusti. 1988. Citado por CANAVESSI, C. y otros en "De la conservación de las carnes a...".

Es un enclave industrial, con su pueblo y todos sus servicios, que responde directamente a la tradición funcional Inglesa. La tradición del funcionalismo refiere en la historia de la arquitectura al conjunto de fábricas y depósitos industriales, fluviales y navales que surgieron a fines del siglo XVIII y primera mitad del XIX como resultado de la transformación productiva, económica y social que tiene lugar en Inglaterra con motivo de la Revolución Industrial.

Así como períodos de guerra y contiendas civiles en el medioevo, dejaron su sello en castillos y fortalezas, los períodos en que las energías de una nación están concentradas en el comercio y la industria dejaron como testimonio sus fábricas y depósitos. Esto quiere decir que este tipo de construcciones expresan el espíritu de una época.

Ideada, concebida y realizada en Inglaterra, esta arquitectura era transportada por barco y luego cual rompecabezas tridimensional armado en su sitio definitivo, esto sucedió con los ferrocarriles, con los depósitos portuarios y con las fábricas. Que formaban un conjunto que cerraba perfectamente el sistema productivo, las fábricas como productoras de elementos manufacturados, el ferrocarril como transporte dentro de un mismo territorio de esa mercadería, y el barco para salida hacia otros continentes o llegada de maquinaria especial o partes componentes de alguno de estos sistemas.

#### 1.2.1.3. LAS ALDEAS RURALES.

Cuando se hace referencia genéricamente a las aldeas, "...es posible clasificar sus trazados en tres grandes grupos: primero, aldeas encerradas (también conocidas como nucleadas o cuadradas; segundo aldeas lineales (también conocidas como aldeas desarrolladas a lo largo de una calle o carretera) y tercero, aldeas dispersas o diseminadas.".<sup>3</sup>

El segundo caso, el tipo lineal de ordenamiento urbano, esto es una calle o ruta principal sobre la que se van ubicando los distintos edificios en lotes con su lado mas angosto sobre dicha calle, reconoce pocos antecedentes hasta antes de

---

<sup>3</sup> A.E.J. Morris - "Historia de la forma urbana". GG 1984.

mediados del siglo XIX. Es a partir de esta época cuando se comienzan a ver los primeros casos con algún tipo de planificación, sobre todo en la región de Europa central.

Cuales son los factores que dan forma a dicha tipología; uno de ellos se puede encontrarlo en el mayor aprovechamiento posible de la tierra "urbana", es decir el terreno que queda detrás de las viviendas con frente sobre la calle principal y que constituye "Una característica esencial..." "... el jardín trasero de forma alargada unido a cada vivienda y que de hecho constituía frecuentemente un minifundio...".<sup>4</sup> Esto es determinante ya que los volguenses no deseaban estar dispersos en los campos, esto tiene como desventaja la superficie pequeña en que quedan divididos los terrenos.

Hay un factor, que está directamente relacionado con los volguenses y es el social, la vida en comunidad que ellos generaron en su casi siglo de permanencia en los poblados de Rusia, significo un fuerte afianzamiento de las relaciones de tipo gregaria establecidas entre los habitantes. Esto, sumado a otras cuestiones que tenían que ver directamente con la supervivencia y con la seguridad de sus habitantes, determino una planta urbana virtualmente "cerrada", generada a partir de la calle central y otras menores transversales, con las manzanas centrales de los poblados destinadas a la iglesia y a la escuela, esto facilitaba el acceso de todos, inclusive en los largos inviernos de las estepas rusas.

La región del río Volga, en donde se asentaron estas aldeas, era constantemente asediada por tribus nómades, Kirguises y Bashkirios, tribus de gitanos, Calmucos, gente que durante mucho tiempo había sido "dueña" absoluta de esas tierras ve a los colonos como intrusos. Esto requería un sistema urbano como el establecido, descrito anteriormente, con un solo acceso que es la calle o ruta principal, para facilitar así la defensa de la aldea ante los ataques inesperados.

Cuando los Alemanes llegaron a la Argentina, se encontraron con un territorio que ellos creyeron inhóspito, sumado a eso los hábitos y costumbres arraigados en el

---

<sup>4</sup> IBIDEM.

consciente de su gente y la historia de ataques reiterados por parte de las tribus nómades determina fuertemente el tipo de organización urbana y la resistencia que opusieron a los deseos del gobierno argentino, que pretendió que se dispersen ubicándose cada uno en su campo.

Otra característica de los modelos lineales es su organización a lo largo de una vía de comunicación importante, para una fácil conexión con el exterior. Esto ha determinado que en algunos casos lo que en un primer momento fue apenas un camino, de suma importancia para la aldea, ha pasado a ser una ruta con alto tránsito; este es el caso de Aldea María Luisa y Aldea Valle María, dejando así fragmentado el espacio urbano con los inconvenientes y peligros que esto ocasiona para sus habitantes, eh aquí el costado malo del progreso; el bueno es justamente las posibilidades que genera el estar bien comunicado por algún medio de transporte terrestre, con otras ciudades.

Esta vía principal es interceptada por calles menores que van constituyendo la trama urbana y generalmente en el centro de esta trama, se cruza transversalmente una calle un poco mas importante y en la intersección de ambas, está ubicada la iglesia y la escuela, generalmente con una implantación en el medio de la manzana dejando un parque alrededor o circundada por algunas construcciones anexas como, colegios, hogares, playones para la práctica de deportes, etc., con una vegetación arbórea que las rodea haciendo las veces de "cerco" vivo y en otros casos diseminada dentro del parque. Este sector de la planta urbana funciona como centro de la vida comunitaria de las aldeas.

"Es un hecho reconocido, que el inmigrante trajo a la pampa despejada, la civilizadora presencia del árbol..."<sup>5</sup>. La forestación juega un papel importante en el paisaje de las aldeas volguenses, manifestándose de dos modos diferentes, la utilización de modo doméstico, y en las áreas comunes. En el caso específico de Aldea María Luisa se nota el protagonismo que tuvo en la planificación de la trama y armado del espacio urbano.

- **Uso del suelo.** (Anexo - PLANOS N 4 - 5).

Dentro del grupo de aldeas relevadas algunas se pueden definir como rurales y del tipo de las dispersas o diseminadas, otras, las más importantes desarrollaron una ocupación del suelo semiurbana y como exponentes del grupo de tipo lineal. En el primer grupo están: - Aldea Salto, - Aldea Eingelfeld, - Colonia Meru, - Colonia Nueva, - Aldea Santa Rosa, - Aldea Santa María, - Aldea San Francisco, - Aldea San Miguel, - Colonia Centenario, - Aldea Jacobi. Entre las de carácter semiurbano están: - Aldea Valle María, - Aldea Brasileira, - Aldea María Luisa, - Aldea Protestante, - Aldea Spatzenkutter.

Hay un caso singular que es la Aldea San José, con una configuración del tipo lineal, en la actualidad incorporada a la ciudad de Crespo como un barrio más. A pesar de conservar su primitiva demarcación y sus características originales, este caso no se corresponde con ninguno de los grupos anteriores, ya que al ser absorbido en su crecimiento por la planta de la ciudad de Crespo, constituye ahora parte de un todo urbanizado.

### **Morfología urbana.**

La tipología de vivienda que se encuentra, es una transculturización de aquellas que construían cuando habitaban la región del Volga, en épocas de la Rusia zarista. Al llegar a nuestro país, los materiales con los que contaban para construir eran escasos por lo cual realizaban construcciones "subterráneas", que no eran otra cosa que "...una excavación de 4.25 mts. de ancho, 17 mts. de largo y dos metros de profundidad que mediante una estructura de madera, cubrían con ramas y follaje, y por último con tierra. Sus aleros sobrepasaban los bordes de la excavación para impedir la entrada del agua de lluvia."<sup>6</sup> . A esta "vivienda" se accedía generalmente por una escalera tallada en la tierra.

---

<sup>5</sup> GORI, Gastón - "La Pampa sin Gaucho". Eudeba.

<sup>6</sup> Vitalone, Cristina E., "Alemanes del Volga: Colonia Madre del Sur", *Anales Linta (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente)* '95, Buenos Aires, pp.27 - 37.

El modelo que se podría denominar como la vivienda paradigmática, se desarrollo unos años después de haber llegado. La disposición de la planta puede ser en forma de L, alrededor de un patio, o lineal sin importar la ubicación del lote dentro de la manzana. Hay rasgos distintivos que caracterizan a este tipo de viviendas, como el muro realizado por lo general en mampostería, en donde se ubica el acceso peatonal y el portón correspondiente al ingreso de carros; en ningún caso el acceso al interior de la casa es directo desde la calle, el ingreso se hace por la galería; los materiales predominantes son el ladrillo, la madera como estructura de la cubierta, carpinterías exteriores e interiores y pisos, la chapa de zinc acanalada para el techo; el techo podía ser a dos o cuatro aguas, cuando es a cuatro aguas, la línea de cumbrera se prolonga mas allá de donde comienza la otra pendiente, formando así unas pequeñas aberturas que sirven de ventilación al espacio que queda entre el techo y el cielorraso. “Tales dispositivos, son llamados **tchalupkas**...”<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>IBIDEM.

### **1.2.2. Identificación de las principales actividades económicas primarias, secundarias y terciarias.**

Las principales actividades económicas de la provincia son las que pertenecen al sector primario y las derivadas de éste por transformación a través de agro - industrias. La mayor actividad se centra en: producción, avícola, arroceras, cítrica, forestal, oleaginosa, producción de pelo de conejo y principalmente ganadería. Son la base de la exportación provincial a otras provincias y al exterior. La mayor parte de las exportaciones entrerrianas hacia el resto del país se dirigen a Buenos Aires, donde se concentra la distribución.

En la publicación realizada por FINVER con datos actualizados a 1995, se está en condiciones de concluir que el área contribuye con un porcentaje superior al 50% al Producto Bruto Geográfico Provincial.

En el año 1995 el sector primario registró un incremento del 22,3% con relación al año anterior, el secundario sufrió una baja del -3,86% y el sector terciario un aumento consolidado del 8,7%. El sector primario y terciario se ha expandido por un crecimiento homogéneo del valor agregado de todas las actividades en que ambos participan. La inserción en los mercados internacionales de los productos y derivados de la producción primaria es otro de los factores que ha beneficiado al área y a la provincia. En cuanto al sector secundario ha sufrido los mismos problemas que afectan a la industria en Argentina.

Entre Ríos es el primer productor nacional de arroz. El grano es el único apto para las exportaciones de acuerdo a las reglas internacionales. Los mejores rendimientos los obtienen los productores con más de 200 Has. El 16,66 % del total de procesamiento de arroz es efectuado por molinos arroceros propiedad de Cooperativas y el 83,34 % por empresas privadas, la mayoría de capital entrerriano. El 50,43 % de lo producido se destina a consumo interno, y la exportación se efectúa desde los puertos entrerrianos.



La Cooperativa Arrocería de San Salvador Limitada, tiene un área de influencia de 4000 hectáreas, con silos en tres plantas (San Salvador - Villaguay - y General Campos) con una capacidad de almacenamiento de 30.000 tn. El molino de la planta de San Salvador permite procesar 70 tn diarias y envasar 50 tn. y realiza la totalidad del proceso de elaboración de los cuatro tipos de arroz que ofrecen al mercado. Además de abastecer al mercado interno exporta a Brasil, Perú, Bolivia, Irán, Irak, y Portugal. La Cooperativa es la fuerza motriz de los tres Municipios mencionados.

Entre Ríos ocupa el segundo lugar como provincia productora de citrus con el 24,56 % de la producción nacional. El total de la producción citrus de la provincia, se distribuye en: el 7,67 % limones, el 35,67 % mandarinas, el 12,99 % pomelos y el 43,68 % naranjas. La producción se encuentra concentrada en una reducida franja sobre el río Uruguay, en los departamentos de Concordia y Federación, si bien actualmente se han incorporado algunas áreas del norte de Colón. El 78,99 % es enviado a las empresas de clasificación y empaque, que las envían al mercado de consumo de fruta fresca aunque la mayor parte es destinada a la exportación.

Existen distintas áreas forestales como la del Delta cuya madera se destina a las industrias celulósicas, a la producción de rollizos para aserradero y a la producción de aglomerados que son procesados fuera de la provincia. En una franja paralela al río Uruguay, de 10 a 30 Km. de ancho por 250 Km. de largo, localizada en un 50 % en el departamento Concordia, hay plantaciones de eucaliptos y de pinos (elliottii y taeda). Se encuentra muy desarrollada la industrialización de la madera: aserraderos, carpintería, envases, cestería, muebles. La mayor parte de los establecimientos se concentra en el área de Salto Grande.

La provincia es uno de los principales productores avícolas del país, con un importante desarrollo de empresas regionales. Se producen alimentos balanceados avícolas que se utilizan como materias primas agrícolas. Se han detectado aproximadamente 1500 granjas productoras de pollos parrilleros con 13.000.000 m<sup>2</sup> de galpones. Sobre el total de granjas el departamento Colón tiene el 27,20%, el departamento Gualeguay el 4,87%, Gualeguaychú el 7,73%, Paraná el 6,40%, Uruguay el 51,80% y el resto de la provincia el 2%. La producción de huevos tiene

como centro principal a la ciudad de Crespo. El stock de aves destinadas a la producción de huevos es de alrededor de 5.000.000 de cabezas.

Las explotaciones ganaderas utilizan el 70% del total de superficies destinadas al sector primario. Las actividades de invernada se realizan fundamentalmente en el sur de la provincia, el principal recurso forrajero es la pastura natural. Las operaciones de compra y venta se realizan a través de ferias y remates de firmas locales o zonales.

El principal oleaginoso que produce es el lino, siendo el primer productor nacional.

Tienen Parques Industriales aprobados Concepción del Uruguay, Concordia y Paraná, proyectados Villaguay, Areas Industriales asentadas Colón y proyectadas Bovril.

En el Anexo Cuadro N°1 se pueden observar las principales actividades económicas de la región y en el Cuadro N°2 la distribución de las actividades industriales, comerciales y turísticas en los principales municipios del área en estudio. Se observa una mayor concentración de industrias, comercios y bancos en Concordia y Paraná, los que afirman su categoría como polos de desarrollo socio - económico en la provincia.

La hotelería y la gastronomía, básicas para el desarrollo de actividades turísticas, se concentran en Concordia, Paraná, Colón que son las ciudades que actúan como centros receptivos de estadia en los corredores turísticos del Paraná y el Uruguay.

Las actividades económicas se ven influenciadas por la política económica internacional y nacional. La globalización de los mercados internacionales está modificando las estructuras empresarias y comerciales. Argentina aplica un modelo económico que ha logrado disminuir la inflación, incorporar la estabilidad como una forma de vida, mantener la convertibilidad en la relación peso - dólar como aspectos positivos y como negativos el prolongado periodo de recesión, los altos porcentajes

de desocupación y subocupación de mano de obra, la inseguridad jurídica y el estado de indefensión. Estas últimas variables no son exclusivas de Argentina, sino que es una situación que existe en la mayoría de los países de Latinoamérica.

La creación del Mercosur y su puesta en marcha a pleno, va a influir directamente en todas las actividades socio - económicas del país, y especialmente de la provincia por su cercanía a Brasil, Paraguay y Uruguay, ya que se convierte en paso obligado del transporte de bienes y mercaderías de esos países hacia desde Argentina. Los productos de exportación de la provincia, de los sectores primario y secundario deberán alcanzar un alto nivel de calidad para competir con los similares de la región. Brasil puede ser el principal comprador y a la vez el más difícil competidor del grupo.

La incorporación de la Zona Franca en Concepción del Uruguay está ubicada en la ruta 14, al lado de uno de los puertos más importantes de la provincia, en un punto estratégico del corredor de acceso del MERCOSUR. Es una alternativa que beneficiará en el corto plazo, por la realización de las obras y en el mediano plazo, porque se convertirá en uno de los centros de negocios internacionales más importantes, por las ventajas que lleva implícita la exención de derechos e impuesto aduaneros.

La actividad turística de Entre Ríos y de la región en estudio tiene vocación para evolucionar favorablemente porque la tipología de los atractivos (naturales) es coincidente con las nuevas modalidades turísticas (ecoturismo - turismo alternativo). El corredor del Uruguay, además tiene potencialidad para turismo de salud con la explotación de aguas termales, ya detectadas en Concordia, Federación, San José y Colón. A la calidad de los atractivos se debe agregar la cercanía de los mismos a los principales centros emisores de turismo nacional y receptivo y las facilidades de accesibilidad terrestre. La situación próspera de la producción primaria y terciaria y la zona franca incentivarán la radicación de capitales, la inmigración interna y regional y un importante movimiento de viajeros. Todas estas situaciones beneficiaran en forma directa el proyecto en estudio.

### **1.2.3. Caracterización de la población local: grupos étnicos, educación, estimación de la población económicamente activa.**

No se han obtenido nuevos datos sobre población a los volcados en el Primer Informe Parcial del EPT; pues los últimos informes son de 1991, año del Censo Nacional de Población y Vivienda. Se efectuará una síntesis de la caracterización poblacional tomando como base las proyecciones realizadas en la publicación del INDEC en 1996. (Situación y evolución social provincial Entre Ríos Síntesis N°1)

Con excepción de los Departamento de Paraná y Concordia que tienen una densidad de población alta, el resto presenta una densidad media. Aproximadamente el 73% de la población de la provincia está radicada en el área, de ésta el 70% corresponde a los Departamentos de Concordia, Paraná y Gualaguaychú, éste último incluyendo las Islas de Ibicuy; el 3% restante se distribuye entre Uruguay, Colón, Villaguay y Diamante. La mayor concentración de población urbana se ubica en los Departamentos con alta densidad, lo que está en relación directa al tamaño de los centros urbanos que actúan como polos de desarrollo y centros de producción y servicios.

El nivel de educación universitaria se encuentra muy desarrollado en el área pues las Universidades Nacional de Entre Ríos y Tecnológica Nacional funcionan en Paraná, Concordia, y Concepción del Uruguay. Ambas captan el 91% de la matrícula total y la Universidad Privada Adventista del Plata que funciona en Villa Libertador Gral. San Martín (Diamante) el 8% restante. Prácticamente cubren todas las áreas del conocimiento. En este tema se encuentran beneficiadas las aldeas y colonias ubicadas en la zona costera de ambos ríos, siendo sin duda la localización de las Universidades, una de las causas señaladas en el EPT del éxodo de los adolescentes y jóvenes del centro de la provincia.

Los niveles de enseñanza primaria y secundaria se encuentran muy bien cubiertos en toda el área y la enseñanza terciaria no universitaria suple en parte, las necesidades de capacitación técnica para la población que no puede o no quiere seguir estudios universitarios.

El 60% de la población es económicamente activa, con una participación por sexo equilibrada en este rango de edad, y con un mayor índice de masculinidad en los menores de 14 años y mayores de 65. Como en todo el país, aproximadamente entre el 50 y 60 % de este estrato poblacional trabaja en actividades productivas, y es alto el porcentaje de desocupados y subocupados.

**1.2.4. Alojamiento turístico: tipo, capacidad, categorización, calidad de los servicios. Alimentación: tipo, capacidad, categorización, especialidad, calidad de los servicios.**

Los diversos elementos que integran este punto, por sus características, permiten hacer un rápido análisis de los centros turísticos que se vinculan con el área de estudio.

Como una primera aproximación se puede mencionar que los centros urbanos del área no poseen estructuras de alojamiento de importancia. Es más, la mayor parte de ellos no dispone de alojamiento comercial - hoteles u otras tipologías -. Dentro de la provincia se localiza un nivel variado de desarrollo económico y de servicios vinculados al turismo, especialmente hoteleros y extrahoteleros.

Por lo tanto instrumentar acciones de comercialización de los nuevos productos turísticos, en primera instancia, dependen del alojamiento en localidades próximas, lo cual favorece la posibilidad de una rápida intervención en beneficio del área de estudio. Con las ciudades cercanas se abarca prácticamente toda la provincia, aunque sólo deberían considerarse las que se encuentran a una relación distancia - tiempo de los atractivos tres horas.

Como análisis preliminar se pueden resumir las principales características de los centros turísticos de la provincia, en diversas alternativas que vale la pena describir:

- **Centros Turísticos desarrollados:** Paraná, Colón, Concordia y Gualeguaychú son ciudades de un nivel de desarrollo turístico amplio, con servicios variados. Desde el punto de vista turístico funcionan, desde hace ya varios años, como centros receptivos de importancia, con una política de promoción permanente en los principales mercados emisores nacionales y limítrofes. Cada una de estas ciudades ha delineado su imagen sobre la base de los atractivos localizados en su área de influencia. Básicamente se han convertido en destinos de viajes de negocios, de veraneo, de fines de semana cortos durante todo el año, en sedes de Congresos y Acontecimientos Programados.
- **Centros Turísticos en proceso de desarrollo:** Diversas ciudades de la provincia como Gualeguay, Concepción del Uruguay, San José, Villa Elisa, Villaguay tienen un nivel de desarrollo urbano dispar, pero sin embargo por sus características, atractivos y cercanía a los polos turísticos citados en el punto anterior, se han ido incorporando como una alternativa complementaria para el visitante a la provincia. Entre ellos se puede destacar San José, aprovechando la colonización suizo - francesa y Villa Elisa, con la iniciativa del tren, pues han incorporado de manera más que interesante la política turística como un medio de desarrollo económico y social de sus municipios.
- **Localidades con atractivos potenciales:** En las otras localidades de la provincia en general y el área de estudio en particular, existen atractivos potenciales, de diferente tipología y características que no están incorporados a la actividad turística o recreativa. Vale mencionar que en la mayoría de los casos, no se registra conciencia en la comunidad local de la potencialidad antes citada; como sucede respecto al presente trabajo, en que la mayor parte de las localidades que componen el área de estudio corresponden a este grupo.

#### 1.2.4.1. ALOJAMIENTO

Los centros turísticos y las localidades de la provincia cuentan con una capacidad total de alojamiento superior a 5.800 plazas, ubicadas en Hoteles de 1 a 5 estrellas, Residenciales, Apart - hoteles, Bungalows y Campings. La densidad

ocupacional por habitación en los establecimientos categorizados varía entre 2,3 y 2,7 pasajeros, mientras que en los bungalows y campings entre 5,5 y 6 personas por unidad en alquiler.

Los hoteles 5 estrellas (2) están en Paraná y Colón y los de 4 estrellas (2) en Concordia y Paraná. Estas tres ciudades son las que concentran la mayor capacidad de alojamiento (4.290 plazas), que sumadas a las de Gualeguaychú (760 plazas) confirman sus características como centros receptores, puertas de entrada y de distribución del movimiento turístico en la provincia toda en general y el área de estudio en particular. Un análisis más detallado de lo que sucede en la Provincia, dividido por sus diferentes Departamentos y Municipios, se puede observar en el Cuadro N 3 del Anexo.

Como se observa la oferta es más que variada y trata de adecuarse a los requerimientos de la demanda. Merece destacarse lo pequeños que son los establecimientos en general, especialmente si se relacionan con la media nacional (alrededor de 40 hab.) o de la ciudad de Buenos Aires, que ronda las 60 habitaciones. Este elemento contribuye negativamente a la posibilidad de generar información y acciones de marketing en cantidad y calidad.

La calidad de los servicios hoteleros de la Provincia tienen las características generales de los servicios hoteleros de todo el país. Sin embargo en algunos casos presentan elementos significativos que merecen ser señalados:

- Los servicios de mayor categoría no responden a standares internacionales equivalentes a esa categoría.
- Los establecimientos de inferior categoría suplen la falta de servicio y profesionalidad con un trato personalizado y casi familiar.
- Los mejores servicios, cualquiera sea la categoría, se manifiestan en establecimientos vinculados con el tráfico comercial.
- Los establecimientos, en su mayoría son pequeños lo que dificulta la introducción de políticas de comercialización, capacitación, entre otras.

- La tendencia, es la construcción de bungalows, con pocos servicios comunes, orientados a grupos familiares y básicamente de utilización de temporada.

Los empresarios ven como producto a las actividades vinculadas con la naturaleza y en menor medida con la historia. En esa dirección está la experiencia del Palacio San José, que si bien es un atractivo importante de la zona, no despierta grandes intereses en la demanda. Por otro lado los empresarios no han podido o no han sabido armar productos interesantes basados en este atractivo.

En los últimos años surgió una nueva forma de alojamiento en **las estancias**. Un número importante de ellas se ha incorporado al negocio turístico. Estos son establecimientos agrícola - ganaderos que buscando diversificarse económicamente y aprovechando estructuras habitacionales ociosas, generando una alternativa distinta de los hoteles. Diversas circunstancias favorecieron el desarrollo de esta nueva modalidad de alojamiento, entre las que se pueden destacar:

- la baja rentabilidad de la actividad agrícola - ganadera,
- el crecimiento de las corrientes turísticas y
- las nuevas modalidades de viaje motivadas en la búsqueda por desarrollar actividades con mayor contacto con la naturaleza

Se detallan las estancias que se comercializan turísticamente con variado grado de intensidad en la provincia de Entre Ríos.

- El Cerrito

12 Km de Victoria por la ruta Provincial N° 11. Es una estancia de principio de siglo, en estilo colonial, rodeada de galerías y amueblada con antigüedades. Posee 3 has. Para el área de recreación, bosques, arroyos, barrancas y lomadas. Se pueden realizar cabalgatas, paseos en carros rusos, caminatas, gimnasia tranquilizante y hay una cancha de golf de 700 mts. frente a la estancia.



Casería de patos, palomas, perdices y liebres. Safaris fotográficos con asentamiento de aves en el río, salida en bote, pesca en la isla Victoria, paseo en gomón y paseos por la zona,

- San Pedro

En villa Mantero, a 2,5 km. de la ruta provincial N° 39. Fundada en 1872, es de estilo inglés. Es una de las estancias más antiguas de la provincia. Es un establecimiento dedicado a la explotación agrícola ganadera, siendo el cultivo de arroz, la actividad principal. También tienen cría y engorde de ganado vacuno. Tiene pista de aterrizaje en el campo natural para aviones de hasta 15 pasajeros, por ruta prov. 39 y luego camino vecinal de ripio y tierra. Se realiza equitación, paseos en carruajes antiguos, en piragua, pesca en arroyo del río Gualeguaychú, trekking, pileta de natación, visitas guiadas por el establecimiento y acompañar a las tareas rurales.

- Palacio Santa Cándida

Ubicada a orillas del arroyo de la China y del río Uruguay, a 9 Km de Concepción del Uruguay. Palacio fundado en 1847, por el Capitán General Justo José de Urquiza y declarado Monumento Histórico Nacional. Consta de terraza cubierta, salón principal, sala de juegos, sala bar, gran comedor con capacidad para 30 personas y salón escritorio que contiene numerosas reliquias del nieto de Urquiza.

Tiene selvas, bosques, abundante pesca, algunos ciervos y Axis. Pista de aterrizaje más cercana: el aeroclub de Concepción del Uruguay. Tiene cancha de tenis y de bochas, piscina con solarium, deportes náuticos y pesca, remo, kayak, lancha a motor, esquí náutico, catamarán velero, golf a 6 km., cabalgatas y 2 coches de caballos. Se realizan excursiones, visitas a museos y paseos en catamarán.

- El Sauce

Desde Santa Elena a 17 km. al noroeste y desde La Paz a 20 Km. al sudeste. Construida entre 1789-1820, de estilo colonial, sus techos a dos aguas de tejas francesas, se completan en forma de "U" con sus techos de paja. Se realiza pesca, cabalgatas, canotaje, natación, trekking, paseos en carruajes, autos antiguos, visitas históricas y culturales. Circuitos programados.

- El Desafío

A 8 Km de La Paz. Sobre el Río Paraná, tiene selva, bosques pajonales, lomadas, barrancas y fauna autóctona y exótica como: cozhuela, gato montés, zorros, coatí, comadreas, aves variadas, ñandúes, etc. Se realizan paseos en lancha, cabalgatas, caminatas, canoas, observación de aves, tiro al blanco, bochas, voley, croket, pileta de natación, playas naturales, caza, pesca, excursiones de aventuras.

- El Garbón

A 40 Km de Victoria. Construida en 1969, tiene arroyos, tajamares, lomadas y fauna autóctona como liebres, búfalo blanco y negro, zorros y varias especies de aves. Se realizan cabalgatas, carruajes, pileta, paddle, croquet, bicicleta, caminatas, tareas rurales y pesca. Cuenta con pista con hangar.

- Villa Teresa

A 22 Km de Concepción del Uruguay. Construida en 1860, con estilo colonial, rodeada de arroyos, con bosques, lomadas, barrancas y llanos. Se realizan paseos a caballo, en carruajes, en bote por el lago, playas de arena sobre el arroyo Urquiza, tiene reserva de animales y casco histórico.

- Los Isleños

A 22 Km de La Paz, a la altura del km. 622 de la ruta nacional N° 12. Estancia estilo chalet, con techo a dos aguas, con amplia galería. Vivienda rodeada de Parque con cortina forestal de coníferas, eucaliptos, palmeras y arbustos decorativos. Varios ríos surcan la estancia, como el Riacho Espinillo, el Guayquiraró y el río Feliciano, donde hay una selva en galería. Bosque Natural reserva íctica Provincial Curuzú Chali. Rica fauna autóctona y exótica, especialmente avifauna con 298 especies, siendo posible avistar el 50%. Navegación en canoas por el Río Paraná y A. Hondo. Paseos a caballo, en lancha y en bicicleta. Paseos de observación floral y faunístico. Pesca. trekking, paseos. Tres campos de golf a 25 km..

- La Azotea.

Ubicada al sur de la provincia a 67 km. de Gualeguay por la Ruta N° 12y a 64

km. de Gualeguaychú por la Ruta N° 14. Construida en 1868 y actualmente tiene 4.300 has con rica avifauna. El casco conserva su estilo colonial con ambientes en forma de herradura y un aljibe en el patio central. Lleva ese nombre por su mirador. Show folklórico, jineteada, carrera de sortijas y de cuadreras. Trabajo rural. Caminatas. Posee cancha de polo.

- El Algarrobo

Se encuentra a 10 Km de la ciudad de Villaguay. Cuenta con bosque con fauna exótica y autóctona. Paseos en carro, cabalgatas, pesca. Deportes. Trabajos con hacienda y en huerta. Cancha de golf a 13 Km

- Las Margaritas

Ubicada a 23 Km de la ciudad de Victoria. Tiene un estilo tradicional de campo, construido a principios de siglo, con un casco principal con 5 habitaciones, 3 baños, 3 comedores, living y galerías abiertas. Un rancho remodelado para actividades de salud. Parque centenario de 4 has. Bosque de eucaliptos. Gran variedad de aves, liebres, zorrinos, zorros, etc. En cría: bovino, caballos, ovejas, etc. Paseos en gomón, en avioneta, en carruaje, pileta, participación en la vida rural, cabalgatas, Programa antiestress y clases de gimnasia tranquilizante y reflexología. Golf a 15 Km

- Doña Delia

Ubicada a 40 Km de Chajarí. Posee selvas, bosques, tajamares, pajonales, llanos, con una rica avifauna compuesta por ñandúes, bandurrias, perdices, mulitas, etc. Actividades recreativas, como paseos a caballo y deportivas, como caza. Pista de aterrizaje de 1.000 mts.

- El Vigilante

Estancia construida en 1942 y ubicada a 25 Km de la ciudad de Concepción del Uruguay. Paseos en sulky, cabalgatas, Croket, caminatas. Accesibilidad aérea por aeropuerto de Concepción del Uruguay.

#### 1.2.4.2. ALIMENTACIÓN

La oferta gastronómica comercial es suficiente y variada en las localidades de Colón, Gualeguay, Gualeguaychú, Diamante, Concordia, San José y Paraná. En el resto de las localidades del área de referencia se observan dos situaciones:

- **De oferta reducida**, para atender a la población permanente y a los viajeros por cuestiones comerciales que regularmente visitan dichas localidades como por ejemplo Basavilbaso, Villa Elisa, Crespo; y
- **Donde no existe** el servicio o es prestado eventualmente ante requerimiento de la demanda por alguna familia o comerciante, como son los casos de Villa Domínguez, Alcaraz, Avigdor o Ing. Sajaroff, por ejemplo.

Paradójicamente se puede señalar que en la investigación no se han detectado establecimientos donde se elaboren comidas regionales o típicas de las comunidades. Este dato conforma uno de los limitantes más importantes para el proyecto y solucionar este problema ya se propuso en el EPT.

La información obtenida es que las familias que mantienen la tradición gastronómica preparan comidas típicas para alguna de las fiestas populares o festejos especiales de la comunidad.

No se han relevado comercios destinados a la población permanente, como rotiserías, fiambrerías, panaderías y confiterías, etc.. En todas las localidades el número es acorde a la cantidad y distribución de la población urbana y rural.

En los centros turísticos de la región existe, al igual que en todos los centros turísticos de veraneo del país, una oferta estacional en los rubros pizzerías, "comidas para llevar", cafés, entre otros.

El detalle que se enumera a continuación completa el efectuado en el EPT y permite tener un panorama bastante amplio observando la tendencia actual de la capacidad de atención del servicio gastronómico organizado.

- **Basavilbaso:** Dos restaurantes con capacidad para 50 personas, 4 heladerías y dos cafés. El menú clásico se basa en "minutas". Atendido por las familias dueñas. El equipamiento y la mantelería es de baja calidad, standard y la decoración responde al gusto personal de los propietarios, más que a la decoración de este tipo de negocios.
- **Colón:** La ciudad cuenta con 1200 cubiertos para atención simultánea en 16 Restaurantes, 2 Parrillas; Pizzerías, Confiterías, Bares y Cafés, localizados en el radio céntrico y de utilización turística y en la zona costera. Se observa variedad en los menús que ofrecen comida internacional, minutos y especialidades en pescados de río. En todos los rubros hay preocupación por la decoración y la ambientación, como una forma de resaltar las particularidades de cada comercio, además de las específicas de producción de los platos y servicio de mesa.
- **Concordia:** En 35 Restaurantes, Pizzerías y Confiterías se pueden atender entre 1200 y 1500 personas simultáneamente. Es la ciudad de Entre Ríos que tiene restaurantes con estilo definido, menús preparados por chefs internacionales, especialidades de la región, equipamiento y vajilla de calidad y personal especialmente capacitado para la atención al cliente.
- **Crespo:** Tres restaurantes - parrillas, pequeños que son muy utilizados por los camioneros y viajeros. La población estable no suele utilizar estos servicios.
- **Diamante:** Tiene 8 restaurantes, 5 confiterías, bares y heladerías. Su nivel general es muy standard.
- **Gualectuay:** Funcionan 12 pizzerías, restaurantes, comedores, parrillas y confiterías.
- **Gualectuaychú:** Ofrece un servicio standard de parrillas y minutos, con especialidad en pescados. Tiene una capacidad total que no supera los 150

cubiertos distribuidos en restaurantes, comedores, pizzerías, lo que es suficiente para atender a la demanda turística del verano y los fines de semana.

- **Paraná:** La ciudad cuenta con unos 35 restaurantes, de los cuales 7 están ubicados en clubes, pero con acceso libre para el público en general. La decoración y los menús son de tipo standard, con comida internacional, minutas, parrilla y pescados. Salvo tres restaurantes cuya capacidad supera los 100 cubiertos, los restantes tienen una media de 50 personas simultáneas. La oferta se completa con pizzerías, comedores, heladerías, cafés, confiterías, bares. La oferta se ha desarrollado en cantidad suficiente, como para atender la demanda permanente y turística.
- **Villa Clara:** Aquí no hay restaurantes ni comedores. Es posible utilizar el del Polideportivo, que cuenta con una superficie de 300 m<sup>2</sup>, pero funciona solo a pedido. En este ámbito funciona también un quincho semi - cubierto de 50 m<sup>2</sup>, con una parrilla chica y sanitarios.
- **Villa Domínguez:** La oferta se restringe a un almacén con cuatro mesas que funcionan como bar y parrilla o minutas, generalmente a pedido.
- **Villa Elisa:** En esta localidad funcionan 3 comedores, una variedad de establecimiento gastronómico clásica en la provincia, 1 parrilla, 6 confiterías y cafeterías.
- **Villaguay:** Funcionan 12 restaurantes, 8 pizzerías, 4 confiterías, 3 cervecerías.

En el resto de las localidades relevadas se presentan las dos situaciones ya apuntadas. La primera no tiene comercios gastronómicos como las Colonias y las Aldeas pequeñas, o tienen restaurantes y comedores que atienden a los automovilistas y conductores de camiones pues están ubicados en la ruta que, como

en San Salvador esta prácticamente en la ciudad y es punto obligado de paso para el transporte de mercadería, productos y maquinarias entre Brasil y Argentina.

Cabe mencionar especialmente **“La Posta de Ubajay”**, centro gastronómico, comercial y de servicios, con capacidad para 120 cubiertos simultáneos. Esta organizado con un sistema de autoservicio, con exposición de comidas que se componen de unos 30 a 35 platos fríos y calientes y una variedad de postres. Las instalaciones sanitarias tienen duchas, cambiadores para niños, y una capacidad para 6 personas de cada sexo. Este establecimiento cuenta además con personal uniformado de acuerdo a las normas establecidas para cocina y servicio, bien entrenado, que presta el servicio con corrección.

### **1.2.5. Equipamiento recreativo, deportivo, esparcimiento, entretenimiento: Instalaciones, estado, capacidad, actividades, uso actual y potencial.**

El relevamiento de las actividades recreativas, deportivas, de esparcimiento y entretenimientos, realizado en el segundo Informe parcial del ETP, contempla dos niveles de análisis, el primero se refiere a los espacios utilizados por la población permanente donde aún no ha llegado el turismo, algunos casos con atractivos potenciales para el proyecto; y el segundo, corresponde a las localidades con cierto desarrollo turístico.

Todas las aldeas tienen un espacio destinado a la práctica de algún deporte, la mayoría de ellas cuentan con una cancha de fútbol, algunas alambradas en su perímetro; y unas pocas como por ejemplo Aldea María Luisa que en la misma manzana en donde está ubicada la iglesia, en un costado, hay un playón de uso múltiple con aros de basquet, la posibilidad de colocar una red para la práctica de volley y utilizarlo como pista de patinaje. Obviamente la constante es la posibilidad de desarrollar una actividad deportiva que sea grupal.

Las canchas de Golf de Gualeguaychú, Concepción del Uruguay, Colón, Concordia y Paraná, se destacan por sus características y por su emplazamiento en medio de un paisaje ondulado y verde que la mayor parte del año tiene un clima privilegiado. Los clubes participan activamente en los circuitos nacionales y torneos internacionales. Resulta uno de los equipamientos recreativos a tener en cuenta en el proyecto, por el nivel socio económico de la demanda nacional y regional que ya concurre, consumidor potencial de otros productos recreativos. Similar situación se presenta con los clubes náuticos que funcionan en todos los centros costeros.

Para facilitar la lectura del presente informe, se incorpora una síntesis de los espacios recreativos de las colonias y aldeas directamente involucradas en los productos que se diseñaran.

**Basavilbaso :** Los espacios verdes, plazas, se ubican en el área NE, Plaza 25 de Mayo y en el SO la plaza 9 de Julio. Estas son las únicas plazas de la localidad con una superficie de 10.000 m<sup>2</sup> cada una. El área de mayor expansión no



cuenta con plazas, ni se han previsto otras nuevas. La comunidad vive como ámbito "plaza" a las plazoletas ubicadas a lo largo de la avenida San Martín, especialmente en la zona norte donde se concentran las actividades sociales, comerciales, culturales. El parque urbano tiene una superficie de 25.000 m<sup>2</sup> y se ubica en el SO a la salida por la ruta prov. N° 20.

Basavilbaso, tiene una buena dotación de canchas (Club Peñarol y Club Ramsar ). Existen disponibles: 15.000 m<sup>2</sup> del Polideportivo Municipal, 20.000m<sup>2</sup> del Club Atlético, 10.000 m<sup>2</sup> del Club Peñarol, 10.000 m<sup>2</sup> del Club Ramsar, y 10.000m<sup>2</sup>. del Club Defensores. Esto compensa en cierta medida la falta de plazas.

Los ámbitos de uso recreativo cubierto son: Salón privado (Hotel Robertito) de 90 m<sup>2</sup> de sup, Club Social de 300 m<sup>2</sup> de sup, Salón de la Esc. N° 9 de 300 m<sup>2</sup> de sup. Polideportivo Municipal de 1.500 m<sup>2</sup> de sup., Galpón del FFCC adaptado a uso recreativo de 350 m<sup>2</sup> de sup. Los dos primeros tienen equipamiento para fiestas (mesas, sillas, vajilla, cocina).

**Colón :** El Parque Quirós, el Puerto y el paseo costanero donde se ubican balnearios, playas, lugares de pesca, restaurantes es el espacio más utilizado para la realización de actividades recreativas. En cuanto a los espacios deportivos con acceso del público visitante se encuentran el Golf Club Colón, Tenis Ranch, y siete Clubes Atlético y Sociales. Se completa la oferta con el Casino, discotecas. Salas de entretenimiento.

**Concordia :** Cuenta con 12 clubes sociales y deportivos, Polideportivo Municipal, Club de Regatas, Golf Club, Club Hípico, Club tenis, polo, 3 Parques, 3 plazas, 5 plazoletas, Casino, Cine, Teatro, Paseo de las Colectividades (H.Yrigoyen y Espino), piscinas en Hotel S.Grance, San Carlos, Complejo Los Pinos, Ayui y Resort, playas, balnearios. Se practica buceo, caza, pesca, cabalgatas, volley, 4 confiterías bailables.

**Concepción del Uruguay:** Funcionan cinco Balnearios Camping

**Crespo :** A la entrada de la ciudad, se ha dejado una considerable extensión para el uso deportivo y recreativo. En él se realizó una laguna con las aguas servidas de la ciudad que por decantamiento, luego son distribuidas para el riego en épocas de sequía. El Parque tiene un mini zoológico (fotos 40 a 43), juegos infantiles, esculturas, lugares de descanso. De las Colonias y Aldeas es la única ciudad que tiene un área verde especialmente diseñada para este fin, bien señalizado en excelentes condiciones de mantenimiento.

**Diamante :** Tiene un Balneario a 1 Km de la ciudad equipado con sanitarios, sala de primeros auxilios, Polideportivo Municipal, 10 Clubes Sociales y Deportivos con piscinas, lugares de entretenimiento, discotecas.

**San Salvador:** Los espacios verdes parqueizados son: Parque Infantil, Plaza Centenario, Plaza Malvinas, Parque Infantil F.F.C.C.. Estos se concentran en el área sur de la localidad. Los ámbitos de uso recreativo - deportivo cubierto es: Club Sportivo San Salvador, Club Unión, Club CEBERS, Club F.F.C.C., Club Progreso, Santa Teresita (bochas), playón Polideportivo Municipal, Club Ciclista, predio para fútbol de la iglesia, predio EPET, Club Jockey (hipódromo - sede social), Las canchas y clubes se distribuyen en forma pareja en toda la planta urbana.

**Villa Domínguez** Las actividades se concentran en el eje que une la plaza central y la estación del FF.CC., este eje es la calle San Martín. La mayor parte de la actividad comercial se encuentra en esta área, el equipamiento a escala urbana (municipalidad, bibliotecas, museos, escuelas, etc.) si bien no está concentrado también se intensifica en esta área. Los espacios destinados a esparcimiento y áreas verdes son escasos Hay tres plazas: la central circular, 25 de Mayo de 3250 m<sup>2</sup> de superficie; la plaza frente a la escuela primaria, Plaza Urquiza de 2800 m<sup>2</sup> de sup., Parque Infantil San Manuel 2100 m<sup>2</sup>.

El área del Polideportivo Municipal tiene aproximadamente 24000 m<sup>2</sup>. En él, se hallan las piletas (una grande y dos pequeñas), la cancha de fútbol, un área de quincho y parrilla con sanitarios y la estructura inconclusa del Polideportivo cubierto. Existe un proyecto municipal para adaptar lo existente a gimnasio cubierto y terminal de ómnibus.

El club Libertad tiene un campo de deportes sobre Av. Gualeduaychú a la salida a Villaguay (22000 m2) y la Biblioteca Popular tiene un espacio de recreación abierto de 800 m2.

Los espacios recreativos cubiertos existentes son: el salón de la Biblioteca Popular Faustino Sarmiento de 240 m2 cuenta con sanitarios, cocina equipada con 2 artefactos de cocina, dos heladeras grandes, mesadas, además parrilla en espacio semicubierto, servicio de mesas, sillas y vajilla para 120 personas. El estado de mantenimiento del salón es muy bueno, en la actualidad se usa para fiestas escolares, se alquila para fiestas particulares, tiene un escenario(con vestuarios) para obras teatrales.

También está disponible el salón de la escuela primaria con su cocina y comedor instalados. Sería factible adaptarlo a usos recreativos o para reuniones, el Galpón de los Inmigrantes, actualmente depósito de cereales.

La localidad no cuenta con balneario pero se utilizan las playas del río Gualeduay a las que se accede por caminos de tierra en regular estado. Estas playas se encuentran al oeste de la antigua colonia San Gregorio

**Villa Elisa:** Funcionan 4 canchas de Paddle, un Balneario, el Polideportivo Municipal con natatorio, una discoteca.

**Villa Mantero:** A tres kilómetros de la ciudad, por un camino de tierra, mal señalizado y en mal estado, se encuentra el balneario, sobre el arroyo Vergara. Existe una batería de baños, una estructura para construir una confitería, una bajada de lanchas de tierra, quinchos y parrillas en malas condiciones. En el lugar se observan dos construcciones importantes en tamaño y altura de ladrillo a la vista, que dan la sensación de ser las bases de un puente que hoy no existe. El lugar tiene arboleda, es agradable, con equipamiento adecuado puede atender a la demanda zonal. El Polideportivo Municipal esta a medio construir. Hay un pub al que concurre una demanda juvenil zonal.

**1.2.6. Infraestructura de Transporte y Comunicación: Vías y Medios de transporte de aproximación e interno: estado, tipo, frecuencias, capacidad, costos. Instalaciones Complementarias: Agencias de Viajes, Bancos, Comunicaciones, otros.**

Históricamente la provincia de Entre Ríos sufrió durante mucho tiempo un aislamiento debido a su condición geográfica. Ello hacía que el acceso a la provincia de Entre Ríos desde buena parte de nuestro país fuera dificultoso. Esta característica retrasó el ingreso de la provincia - y de la Mesopotamia toda - al turismo hasta la construcción de grandes obras que superaron el obstáculo natural que presentaba el río.

La construcción del Túnel Subfluvial Uranga - Silvestre Begnis que une la ciudad de Paraná con la ciudad de Santa Fe; fue el primer intento de conectar a la provincia con la región, con su inauguración en 1970 comienza un período de crecimiento. Se agregaron luego los puentes internacionales Colón - Paysandú, inaugurado en 1975 (sirve de conexión a las rutas 3, 24 y 36 de la República Oriental del Uruguay y las rutas nacionales 14 y 130 de nuestro país) y Puerto Unzué - Fray Bentos inaugurado en septiembre de 1976, y el complejo ferro - vial Brazo Largo - Zárate. Este último constituye la vinculación entre el sur de la Mesopotamia y la provincia de Buenos Aires, integrando además junto con las obras sobre el Paraná y el Uruguay la conexión con el Brasil, Paraguay y Uruguay.

Otra obra importante es la represa de Salto Grande, que también une a la provincia con la República Oriental del Uruguay, y que además de cumplir la función de generación de energía hidroeléctrica, contiene un puente internacional vial y ferroviario posibilitando la unión de las ciudades de Salto en Uruguay y Concordia en Argentina.

Se encuentra en marcha el proyecto para el puente Rosario - Victoria, el cual potenciará un desarrollo interactivo de las economías regionales, además del eje interoceánico este - oeste. Recientemente se ha producido la apertura de sobres con el contenido de la oferta económica para la adjudicación de la construcción de dicho Puente, siendo el mismo una infraestructura fundamental no solo para la

comunicación de las Provincias argentinas involucradas sino para el corredor bi oceánico de MERCOSUR.

La provincia cuenta con un total de 1623 Km. de rutas pavimentadas, 2.667 km. de rutas mejoradas y 22.553 km. de caminos naturales sin ninguna mejora (sin considerar caminos secundarios). Existen rutas de jurisdicción nacional, algunas de las cuales han sido concesionadas al sector privado.

El sistema vial de la provincia de Entre Ríos se estructura a partir de dos troncales como son las rutas nacionales Nro. 12 y Nro. 14 sobre el río Paraná y Uruguay respectivamente, ambas se unen al sur de la provincia, en Ceibas, vinculando a la provincia con Buenos Aires a través del complejo Ferroviario Zárate - Brazo Largo. (Cuadro N 4).

La circulación sobre la ruta Nac. Nro. 14 ha llegado a un grado límite principalmente porque el tránsito pesado es muy elevado con respecto a los valores normales, además existe gran disparidad en el tipo y tamaño de vehículos que circulan provocando graves problemas de seguridad. El cruce de la ruta Nro. 39 (que pasa por Basavilbaso) con la Nro. 14, en el acceso a Concepción del Uruguay se da a diferentes niveles disminuyendo de esta manera las posibilidades de accidentes.

La ruta Nacional Nro. 18 que vincula Paraná, Villaguay y Concordia es un eje muy importante dentro del Mercosur ya que se vincula con la ruta Nac. Nro. 14 que conecta Gualguaychú, Concepción del Uruguay, Colón y las provincias de Buenos Aires y Corrientes. La ruta Prov. Nro. 130 vincula Villaguay con Colón y desde allí con el puente internacional que une con la República del Uruguay.

El sistema de transporte tiene particular impacto en el proceso de integración regional y su posterior desarrollo económico. Las redes tienen una característica especial que es su rigidez, ya que su traza original perdura aunque las características del área varíen o las condiciones económicas promuevan un cambio en sus funciones.

Sin embargo, a los fines del turismo merece mencionarse que debido a las características del turismo y a la desregulación del sistema de transportes, en todas sus modalidades, la comunicación por medio del transporte terrestre no presenta dificultades insalvables. De hecho ante una mayor demanda las empresas presentan mayores frecuencias con mucha elasticidad, como se demuestra en carnaval o en vacaciones, por ejemplo. (Cuadro N 5).

Un número más que importante de empresas de transporte interurbano comunican la provincia con todo el país, Uruguay, Brasil y Paraguay con un interesante nivel de frecuencias diarias. De ellas un 15% de estas empresas corresponden a Compañías con servicios internacionales y nacionales con cabecera en Buenos Aires, el resto son provinciales y regionales. Vale la pena mencionar que estas empresas refuerzan o cancelan servicios de acuerdo a los requerimientos de la demanda, por lo que se puede inferir que los servicios de transporte reflejan las necesidades que se manifiestan en este campo, existiendo posibilidades de aumentar frecuencias sin mayores inconvenientes, en el caso que la demanda así lo exija.

El transporte aéreo es el que presenta mayores dificultades, que afectan, de alguna manera, su competitividad desde el punto de vista turístico. Por vía aérea la provincia se comunica con Capital Federal únicamente por Líneas Aéreas de Entre Ríos (L.A.E.R.) que vuela a Concordia y Paraná. Además es posible volar con Austral Líneas Aéreas a/desde Santa Fe y conectar con servicio de transporte terrestre a/desde Paraná que tiene un cargo adicional y demora 45 minutos. Con el resto del país y el mundo se une por esta vía a través de Capital Federal que actúa como nodo de comunicaciones por medio de combinaciones con las otras empresas.

Como puede verse en el Cuadro N°6, Transporte Aéreo, las frecuencias son escasas y, comparativamente con otros destinos del país, sus tarifas son altas. Los aviones de LAER, sólo tienen capacidad para dieciséis pasajeros. Este medio de transporte es utilizado por hombres de negocios, funcionarios y profesionales, pero no es un medio muy usual en el mercado turístico debido a la corta distancia de los centros emisores de los principales destinos como son los centros del Corredor

Turístico del Uruguay (Colón, Gualeduaychú, Concepción del Uruguay) y los del Corredor del Paraná (Paraná, Victoria).

Las características del mercado provincial en general y las potenciales del objeto de estudio en particular, obligan a pensar que el medio de transporte terrestre tendrá una importancia superlativa y el transporte aéreo será de importancia en caso de captar corrientes turísticas provenientes de centros emisores lejanos.

El ferrocarril entrerriano desde sus comienzos, en 1887 y por el transcurso de dos décadas une:

- **1887:** Paraná - Nogoyá / Nogoyá - Tala / Tala - Uruguay
- **1899:** Solá - Maciá
- **1901:** Villaguay (empalme) - Concordia
- **1902:** Clara - Jubileo / Jubileo - San Salvador  
San Salvador - General Campos / General Campos - Yerua / Yerua - Concordia
- **1906:** Las Colas - Carbó
- **1907:** Caseros - Villa Elisa / Crespo - Hasenkamp.

A principios de 1911 se reinicia el tendido que había partido de Crespo hasta Hasenkamp. Cada 25 Km. aproximadamente se funda un pueblo porque las locomotoras necesitaban abastecerse de agua y carbón, por cualquier desperfecto en los trenes, además las distancias no podían ser muy largas entre estaciones porque el traslado de materias primas se hacía en carros hasta el ferrocarril.

Se observa que de Hasenkamp a Alcaraz hay 28 Km, de Alcaraz a Bovril 22 Km, de Bovril a Sauce de Luna 25 Km., de Sauce de Luna a Conscripto Bernardi 26 Km. Cuando la aldea se convertía en pueblo y la estación en centro acopiador se construían grandes galpones.

Habilitada la sección Hasenkamp - Federal se despachaban madera, leña y carbón vegetal. Se usaban para fabricar ladrillo o pan o se enviaban a las grandes localidades. Cercano a las líneas férreas se levantaban molinos harineros y fábricas

de aceite. Con el auge de la ganadería se construyen vagones jaula. Los trenes también transportan correspondencia, primero una vez por semana y luego todos los días. Durante el gobierno de Parera (1907-1910) se habilitó el ferry - boat que unía Ibicuy con Zárate por ferrocarril. Hoy las vías férreas de la Provincia la comunican internamente en un total de 1.266 km. de red, además de comunicarla con la provincia de Corrientes y la República Oriental del Uruguay.

Desde el momento de la privatización de los servicios ferroviarios, se cancelaron las frecuencias del transporte de pasajeros, el ferrocarril pasó a manos de la empresa Ferrocarril Mesopotámico General Urquiza S.A., que tienen a su cargo este servicio en toda la Mesopotamia Argentina y lo explota solo como transporte de cargas. Actualmente mantiene habilitadas únicamente las estaciones de Paraná, Basavilbaso, Concordia y Concepción del Uruguay.

El ramal Villa Elisa - Palacio San José esta siendo explotado como tren turístico por el Ferroclub Central Entrerriano.

Los puertos fueron transferidos por la Nación a la Provincia en 1991. Esto ha provocado un importante desarrollo de los mismos tanto desde el punto de vista de la operaciones portuarias como en lo que hace al movimiento fluvial. La provincia acompañando este cambio, ha creado el Instituto Portuario, que regula el funcionamiento de los puertos entrerrianos enclavados en las ciudades de Concepción del Uruguay, Diamante e Islas Ibicuy. Actualmente no tienen mucha importancia desde el punto de vista turístico. Sin embargo la posibilidad de recibir cruceros y aprovechar la infraestructura para recibir navegantes en sus diferentes puertos, es una posibilidad a estudiar y desarrollar.

**Puerto Concepción del Uruguay:** Se encuentra situado sobre el río Uruguay a 320 km. del puerto de Bs. As., contando con un calado aproximado de 25 pies. El área de cargas abarca 182.000 m<sup>2</sup>, permitiendo la operación de buques de hasta 225 mts. de eslora. Posee un elevador terminal con capacidad de 20.000 Ton., 15.000 m<sup>2</sup> cubiertos de galpones, una capacidad de almacenamiento en silos de aproximadamente 24.000 Ton. y una playa de maniobras y almacenamiento a cielo abierto de 20.000 m<sup>2</sup>, contando con todos sus accesos pavimentados. Se encuentra



junto a la Zona Franca y situado sobre el corredor rutero Buenos Aires - Porto Alegre. La estadística de la actividad portuaria del año '96 indica que 148 buques fueron atendidos, de los cuales fueron 63 de ultramar resultando un total de 714.000 Ton. La Provincia ha suscrito un convenio con la Nación, por el que asume la responsabilidad del dragado del río Uruguay.

**Puerto de Ibicuy:** Ubicado sobre el río Paraná, a la altura del km. 180, posee un calado natural de 32 pies, el mismo que el puerto de la ciudad de Buenos Aires, lo que posibilita el atraque de cualquier tipo de buque. Posee un muelle de 160 mts. de longitud, con una capacidad cubierta en galpones de 2.000 m<sup>2</sup>, una playa de maniobras y almacenaje a cielo abierto de 65.000 m<sup>2</sup> aproximadamente, con accesos pavimentados o de ripio en buen estado de transitabilidad. Además, los movimientos de carga se duplicaron desde las 46.100 ton., en 1992 a 95.000 ton., en 1996.

**Puerto de Diamante:** Está situado a 533 Km., del Puerto de Buenos Aires, sobre la vía fluvial del Río Paraná. La culminación de los trabajos de dragado del río Paraná hasta el puerto San Martín y la futura incorporación del tramo hasta Santa Fe, lo colocan en una inmejorable posición de cara a los nuevos desafíos tanto de la actividad portuaria como comercial de exportación e importación. Existen dos muelles, uno a cargo del Ente Administrador (150 mts.) y otro en manos de un operador privado (176 mts.). El puerto tiene acceso carretero y se conecta directamente con la Ruta Provincial N 11, además posee acceso ferroviario que proviene de la ciudad de Crespo. En 1996 se embarcaron 527.410 ton. de carga.

#### 1.2.6.1. INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS

##### a. Telecomunicaciones

El servicio telefónico básico es prestado por un operador privado TELECOM, que tiene a su cargo la región centro - norte del país. La parte del servicio que estaba cargo de la Provincia, fue privatizada, a través de un acuerdo con ese operador privado, que cuenta con la tecnología más moderna en la materia.

Las empresas radicadas en Entre Ríos pueden utilizar una serie de servicios especiales, como el de grupos rotativos, líneas entrantes, discado directo entrante, cobro revertido automático, audio texto, servicios de transmisión de datos internacional, enlaces punto a punto, video conferencias, telex, además de los servicios de telediscado directo nacional e internacional. Además existen dos prestadoras de servicio de telefonía celular, integradas en redes nacionales e internacionales; y un sistema de telefonía rural, de gran utilidad en áreas de población dispersa.

Todas las comunidades tienen el Servicio de telediscado nacional e internacional que está a cargo de la Empresa. Las comunidades cuentan con medios de comunicación masiva locales y nacionales y repetidoras de TV.

#### b. Agencias de Viajes

La Provincia de Entre Ríos presenta una amplia cantidad de agencias de viajes a lo largo de su territorio. Presenta una distribución que responde a las características de cualquier otro tipo de comercio. Se concentran en las mayores ciudades. La diferencia quizás empieza a percibirse debido a un incipiente desarrollo de agencias receptivas en centros urbanos pequeños. Este elemento debe ser considerado como muy auspicioso a los fines del trabajo.

- COLON Flecha Bus, Itape Tour, Otero Viajes, Paccot Turismo
- CONCEPCION DEL URUGUAY Itape Tour, Turismo San Jorge, San Miguel, Río Uruguay, 3 de Febrero, Turismo Paotta, Pioneros (Receptivo), Fascinación (Receptivo)
- CONCORDIA Playmotur, Flecha, Concor-tour, Tourfe, World Class, Cibeles, Ciudad de Paraná
- GUALEGUAYCHU Ciudad de Gualeguaychú, Ciudad de Gualeguay, Control Tur, Gualeyan Tur, Pubitur, Manyways
- PARANA Alfredo "C", Bandetur, Bartolo Basa e hijos, Credigal, La Cumbre, La Delfina, Norosur, Paraná Tur, Turismo Ciudad de Paraná, Zanolio Turismo, Rio Tours

- SAN JOSE Transporte Balori (excursiones)
- VILLA ELISA Viajes CYNSA
- VILLAGUAY Mirst travel

#### c. Entidades Financieras

El sistema financiero de la Provincia de Entre Ríos cuenta con un total de 14 entidades. A través de ellas, se estructura un total de 124 agencias, sucursales o puestos de atención que llegan a las localidades más alejadas de la Provincia, logrando así una cobertura más que aceptable del Servicio Bancario. Cada una de ellas cuenta, dentro de sus servicios con Departamentos de Comercio Exterior, Sistemas de Comunicación en línea con todo el país y Cajeros Automáticos.

Del total de entidades presentes en la Provincia, 6 de ellas son de capital extranjero (2 españolas, 2 italianas, y 2 estadounidenses); del resto 7 son nacionales y una provincia. Además esta ampliamente extendida la red y el uso de tarjetas de crédito, especialmente las más conocidas.

A los fines de la actividad turística el servicio brindado por las entidades financieras esta ampliamente cubierto y bien prestado.

### **1.3. Caracterización de la demanda actual al área**

#### **1.3.1. Caracterización cuantitativa y cualitativa de la demanda actual a la región: ingresos, estadía media, estacionalidad, procedencia, distribución del gasto, modalidad del viaje, hábitos de consumo.**

De acuerdo a lo informado por la Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos, no existen datos estadísticos turísticos históricos confiables y aún no se ha implementado un programa de información estadística integral en turismo, si bien se evidencia la voluntad de muchas jurisdicciones por iniciar la sistematización de la estadística turística. Este es un importante punto de partida. Luego deberá controlarse la calidad de la información, profundizando en fuentes primarias y secundarias para poseer un sistema de conocimiento de la demanda más amplio y confiable a efectos de planificar con proyecciones de base científica.

La Secretaría de Turismo de la Nación aún no ha implementado por sí o por intermedio de terceros un sistema de estas características, por lo que tampoco cuenta con datos desagregados de turismo receptivo e interno.

En consecuencia, se analizan distintos datos históricos aportados por diversas fuentes y realizados utilizando metodologías diferentes, por lo tanto se trata de información heterogénea y asistemática y entrevistas informantes clave. Entre estos se encuentran:

Fuente Provincial: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos,

- Informe preliminar del ciclo vacacional verano 1996-1997.
- Vacaciones de invierno: movimiento vehicular fines de semana.
- Movimiento vehicular en Semana Santa 1997
- Datos sobre ocupación hotelera y extrahotelera, Semana Santa 1997.
- Asistencia a carnavales y Fiestas Nacionales y Provinciales. Enero - febrero 1997.

Fuentes Locales: Direcciones Municipales de Turismo de Colón y Concordia

Entrevistas a informantes clave en: Paraná, Concordia, Colón, Concepción del Uruguay y Ciudad de Buenos Aires

Respecto de las estadísticas merece destacarse que son un interesante elemento de trabajo, de hecho los únicos, para disponer de información acerca de los ingresos y movimiento de las corrientes turísticas en la Provincia de Entre Ríos. Sin embargo deben ser tomados como aproximaciones a la realidad ya que no están acompañados de información acerca de la metodología empleada. Además los distintos períodos de los que se dispone de información imposibilitan su relación.

#### 1.3.1.1. INGRESOS, OCUPACIÓN Y ESTADÍA MEDIA.

La Secretaría de Turismo de la Provincia de Entre Ríos, realizó un muestreo en los Municipios de la provincia. **Durante el primer semestre de 1996. Los resultados arrojaron 700.000 pernóctes, que distribuidos en las 17.000 plazas registradas en la provincia, generaron un 41% (6970 plazas) de ocupación sobre el total de las plazas (17.000), las que al relacionarlas con el factor de rotación por habitación (0.90) y la estadía media (4 noches) arroja un promedio de 25.042 visitantes día.**

Respecto de la temporada 1996-1997, pues aún no hay datos de la temporada 97/98, de acuerdo a la misma fuente, el movimiento turístico registró un total de **1.182.324 visitantes a la provincia**. Este flujo se ve influenciado por dos acontecimientos de relevancia vinculados con la temporada estival, que son espectáculo del Carnaval Entrerriano y Semana Santa. Con relación a las vacaciones de invierno de 1997 se relevaron los ingresos de turistas los fines de semana.

Para este período, la ocupación hotelera es el dato más ilustrativo. En el Cuadro N°7 sobre Porcentajes de Ocupación, se puede observar que, salvo en Colón y Villaguay, los distintos municipios mantuvieron un importante nivel de ocupación.

Sin embargo estos altos niveles de ocupación no deben considerarse para tomar decisiones apresuradas ya que:

- ⇒ La provincia tiene muy poca cantidad de alojamiento hotelero y extrahotelero.
- ⇒ El período relevado es la alta temporada.
- ⇒ En el resto del año hay capacidad ociosa
- ⇒ La ocupación no alcanza para levantar a niveles de una clara rentabilidad los establecimientos de la zona.

Del análisis comparativo de la información relevada anteriormente sobre la demanda, surgen las siguientes conclusiones generales:

- Los ingresos de viajeros al área que se analiza son altamente heterogéneos, llegando en algunos conglomerados urbanos a un total de 1.000.000 de pernотaciones anuales.
- La estadía promedio es de cuatro días.

#### 1.3.1.2. ESTACIONALIDAD.

La estacionalidad es muy marcada pudiendo evaluar los siguientes ciclos:

- **Fines de semana largos:** La ocupación es muy alta, supera en muchos casos al promedio del verano.
- **Verano:** Las muestras relevadas en los últimos dos años atestiguan alrededor de un 70% de ocupación promedio por temporada, aunque superando en muchos casos el promedio antes mencionado. La temporada se desarrolla durante enero y febrero con dos tipos de demanda absolutamente diferentes a causa de los carnavales.
- **Temporada baja:** Durante los días de semana suele estar muy baja la ocupación, manteniéndose el promedio en alrededor del 25 %. Durante los fines de semana suele subir levemente.

- **Diciembre y Marzo:** Esta suerte de pre y pos temporada de verano permite elevar el promedio de ocupación que supera levemente el 40% de promedio mensual.

Por otro lado merece destacarse una información obtenida durante el mes de febrero de 1997 en la Casa de la provincia en Buenos Aires (Cuadro N°8) Se relevó el motivo de interés de las consultas personales y telefónicas.

### 1.3.1.3. PROCEDENCIA

La escasa información disponible y relevada respecto de la procedencia de la demanda de visitantes a la provincia y al área de estudio, es bastante coincidente. El 97% de los ingresos corresponde a turismo interno y el 2,4% a turismo extranjero. (Cuadro N°9 ) Procedencia de la demanda actual.

El mercado emisor más importante es Capital Federal y Provincia de Buenos Aires, que en conjunto superan el 73%, le siguen las Provincias de Santa Fe y Entre Ríos con un 15% y el resto del país con un 9%. La relación distancia tiempo y la naturaleza de los atractivos justifican plenamente la procedencia, pues los mercados emisores más importantes se ubican a una distancia que no supera los 500km., con buena accesibilidad terrestre lo que motiva, por otro lado, el turismo de corta estadía.

El turismo receptivo extranjero resulta interesante, si bien no es importante en número. Existen diferentes causas para que se produzcan estos ingresos entre las que se destacan, en el caso de los países limítrofes la cercanía, las facilidades en la accesibilidad y el Mercosur que atrae hombres de negocios (Uruguay, Paraguay, Brasil).

En cuanto a los procedentes de países no limítrofes, son prácticamente irrelevantes por su volumen, pero importantes por las características propias del trabajo. Llegan por motivaciones étnicas, en su mayoría de Europa, ya que existen algunos contactos e intercambios con descendientes de las corrientes colonizadoras, especialmente de Francia, Suiza e Italia. En menor medida se

observan interesados en realizar diversas formas de turismo alternativo (estancias, caza, pesca, observación de la naturaleza).

La procedencia de los turistas posee entonces la siguiente distribución:

- ➔ 60% provienen de Provincia de Buenos Aires
- ➔ 25% lo hacen de Capital Federal
- ➔ 10% provienen del eje Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos.
- ➔ 5 % son extranjeros.

#### 1.3.1.4. MODALIDAD DEL VIAJE.

El medio de transporte más utilizado por los viajeros a la provincia y en la región es el automóvil (74%), elemento más que razonable para aquellos segmentos de demanda que generan viajes de distancia media, que no superan 500 km de los principales mercados emisores y de corta estadía. Este medio de transporte da libertad al turista para movilizarse en el destino turístico y visitar los atractivos que están a 25/50 Km o más de los principales centros de estadía de la provincia como son Paraná, Colón, Concordia, Gualeguaychú y Gualeguay.

Del resto el 21% de la demanda utiliza el ómnibus como medio de transporte de aproximación, lo cual lo convierte en el segundo en importancia si bien no llega a la tercera parte de la demanda que utiliza su propio vehículo. La provincia está bien servida con este medio de transporte, aplicando el criterio de viajes con escalas en la mayoría de los casos, por cuanto las empresas atienden las localidades intermedias entre los principales destinos, aumentando prácticamente en un 15% el tiempo de viaje. Razonable desde el punto de vista de la rentabilidad empresarial.

Sólo el 1% de la demanda utiliza el avión lo que está en relación directa a las ciudades que tienen un tráfico aéreo con frecuencia relativamente buena. El tren lamentablemente ha dejado de funcionar como transporte de pasajeros desde hace 3 años. En conclusión el 90% de la demanda llega por vía terrestre.



### 1.3.1.5. MOTIVACIONES.

Durante el período de la investigación indudablemente, se solicitó más información relacionada con los centros que organizan festejos especiales durante el Carnaval, como Gualeguaychú. Si bien esta información no puede ser considerada muy representativa, permite inferir que existe una aproximación más que interesante entre las consultas y el grado de interés que despiertan los destinos en el mercado emisor más importante del país: la ciudad de Buenos Aires.

Las motivaciones detectadas para el viaje son:

- 65%        tranquilidad y descanso en la naturaleza
- 16%        actividades deportivas,
- 16%        familiares y amigos,
- 14%        la cercanía a su residencia, y el
- 5%        manifestaciones culturales.

El descanso y la naturaleza comparten en partes iguales el atractivo de la provincia y de la región, respondiendo a dos causas muy claras: el 50% de la demanda real habita en grandes centros urbanos y más del 70% conoce el Slogan ***“Entre Ríos, todos los verdes”***. Imagen y marca que en estos últimos años ha logrado posicionar a la Provincia como un producto turístico interesante.

Se efectuó una investigación a partir de entrevistas con informantes claves (guías de turismo, gerente de hoteles, funcionarios, comerciantes) seleccionados por poseer contacto directo con viajeros a la región que se analiza. Se buscó privilegiar el contacto con aquellos que poseen una amplia experiencia en el trato con turistas. De acuerdo a los consultados la demanda de turistas a la provincia tiende a repartirse de la siguiente manera:

- **Viajeros en campings:** son familias, se concentran principalmente en verano.
- **Viajeros de negocios:** que llegan a la provincia durante todo el año. Se concentran en Concordia, Paraná y Gualeguaychú.

- **Turistas itinerantes:** se concentran en los fines de semana largos, se alojan en hoteles o bungalows y viajan en grupos familiares o pequeños grupos de amigos.
- **Turistas de paso:** son los que pasan por la provincia en viaje para el sur de Brasil o Uruguay. De ellos un grupo muy reducido, generalmente provenientes de Cuyo y el Noroeste, pernoctan en la provincia. También se dan turistas de estas características entre los que viajan por automóvil a las Cataratas del Iguazú. Es de destacar que este grupo está perdiendo fuerza y tamaño a causa del abaratamiento relativo de los viajes en avión.
- **Turistas de estadía:** permanecen en un solo destino. Se concentran en las costas del Río Uruguay. Se espera que este segmento crezca vertiginosamente a causa del aprovechamiento turístico de las termas.

Puede observarse que la demanda es bastante heterogénea y se concentra principalmente en el corredor del Río Uruguay.

La principal motivación del turista que visita la provincia, evidentemente excluyendo al viajero de negocios, es la tranquilidad y la naturaleza. Los visitantes buscan en Entre Ríos un tipo de naturaleza pura e incontaminada, cercana a su lugar de residencia y con diversidad de paisajes.

Lo llamativo de esta situación es que no existen en la provincia muchas actividades programadas que se organizan con el fin de ofrecérselas a los turistas. De esta peculiar situación se puede inferir que los viajeros son de clase media, seguramente con tendencia a medio - baja y no disponen de recursos ni tradición en consumir servicios exigidos por los turistas experimentados.

#### 1.3.1.6. COMPOSICIÓN DE LA DEMANDA.

En cuanto a la composición del grupo, el 50% corresponde a familias, el 30% grupos y el 20% solos y parejas. El nivel socio económico pertenece a clase media y media alta, que es la que realiza más de un viaje al año. Las ocupaciones más

frecuentes del responsable del grupo, son las de empleados, profesionales y comerciantes.

El 50% de la demanda se integra con personas mayores de 35 años, el 28% está en el segmento de 25 a 35 años, y el resto son en su mayoría los menores de 25 años.

Las modalidades de alimentación se reparten entre restaurante (45%), en casa de familia o amigos (20%), y el 35% prepara sus comidas o compra "comida para llevar". Vale la pena resaltar aquí que estas conductas son coherentes con los sistemas de alojamiento más usadas.

Las modalidades más comunes en alojamiento son el alquiler inmobiliario y el camping que relacionado con las de alimentación (55% no come habitualmente en restaurante) permite inferir un nivel de gasto diario bajo / medio para la demanda vacacional de verano y medio/alto para la de fines de semana que es la que utiliza preferentemente la hotelería.

El nivel de gasto de los turistas que utilizan alojamiento extrahotelero oscila, en la canasta turística local, entre \$25 y \$40 por día. En las ciudades donde se encuentran los hoteles de cuatro y cinco estrellas, el gasto diario se incrementa entre un 70 y un 100%, pues las tarifas hoteleras de mostrador y de convenio están entre las más altas del país al efectuar la relación precio – servicio - calidad. Si tomamos como cierto el dato de la Secretaría de Turismo Provincial, en cuanto a la cantidad de pernóctes anuales (700000), se infiere que la Provincia recibe un ingreso superior a los 28 millones de pesos anuales por turismo.

### **1.3.2. Investigación secundaria del nivel de satisfacción y expectativas de la demanda actual.**

Consultados los informantes claves acerca del grado de satisfacción de los turistas que visitan la provincia, tienden a manifestar que los mismos tienen un alto grado de satisfacción resultante de la visita a la provincia. Evidentemente,

encuentran fundamentalmente, aquello que están buscando: tranquilidad y naturaleza.

A pesar del alto nivel de satisfacción que expresan los que visitan la provincia, también se pueden recoger algunos comentarios acerca de actividades o cosas que a los turistas les gustaría que sucedieran o fueran de otra manera. Ejemplo de ello es la falta de actividades costeras organizadas o propuestas al menos.

En general hay una tendencia a resaltar que el turista se va menos satisfecho de las tres más grandes ciudades de la provincia; Gualeguaychú, Concordia y Paraná. Esto se manifiesta especialmente por aquellos pasajeros de mayor poder adquisitivo.

Además de estos comentarios, cuando el turista trata de encontrar algo que vaya más allá de la naturaleza y la tranquilidad, se escuchan algunas opiniones que es necesario remarcar, como las que se detallan a continuación:

- ➔ **No se aprovecha el río Paraná con fines recreativos y turísticos.** Situación especialmente crítica en la ciudad de Paraná por el slogan que utiliza con fines turísticos: Viva el Río en Paraná.
- ➔ **No existen propuestas recreativas, salvo en algunos lugares.** Hay un segmento que busca que le ofrezcan y poder realizar más actividades y no encuentra propuestas.
- ➔ **La escasa y baja capacitación del personal que tiene contacto con los turistas, especialmente en los servicios gastronómicos.**
- ➔ **Los segmentos hombres de negocios y de convenciones evidencian insatisfacción debido a las limitaciones que presenta la hotelería.**
- ➔ **El estado de deterioro y abandono del Palacio San José.**

- ➔ **Pocos lugares para comer en casi todas las localidades**, especialmente del interior de la provincia e incluso en los centros turísticos.
- ➔ **La señalización turística a lo largo de toda la provincia es casi inexistente.**
- ➔ El poco aprovechamiento turístico de las múltiples opciones que tiene la provincia.

En general es opinión unánime de los visitantes que **es muy buena predisposición y amabilidad del Entrerriano**, tanto del que presta servicios como del ciudadano.

El futuro previsible lleva a imaginar que en el corto plazo la actividad turística se desarrollará en Argentina y en Entre Ríos en particular de acuerdo a los siguientes parámetros:

## **I. El Entorno**

El escenario esperable puede sintetizarse del siguiente modo:

### **I.A. CONDICIONES ECONÓMICAS.**

- ♦ Se mantiene la apertura de la economía nacional.
- ♦ Se mantiene la estabilidad de precios.
- ♦ Se mantienen las condiciones de libertad de mercados.
- ♦ Se acentúa la desregulación de la economía, incluyendo la del transporte aéreo de cabotaje, del transporte de superficie y de las empresas de turismo.

### **I.B. CONDICIONES INSTITUCIONALES.**

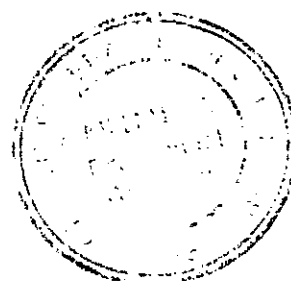
- Descentralización, con menores atribuciones de la Secretaría de Turismo de la Nación y el fortalecimiento y mayor autonomía de los organismos oficiales de turismo provincial.

## **II. Los cambios de la demanda**

⇒ Mantenimiento de la polarización entre las diferentes clases sociales.

- ⇒ Las clases de menores ingresos, las más numerosas, no accederán al turismo por su reducido nivel de ingresos y por la paulatina disminución del turismo social sindical.
- ⇒ La clase media será la protagonista de la próxima etapa de desarrollo del mercado de turismo interno; aunque debe tenerse en cuenta que han modificado sus patrones de consumo de turismo.
- ⇒ Cada vez más se notarán las diferencias en el consumo turístico entre las diferentes generaciones.

Al cruzar las variables socio - económicas con las generacionales se concluye que el mercado nacional tiende a mostrar una demanda segmentada. La demanda es cada vez menos homogénea y la variable dominante en la definición de los segmentos es la motivacional, es decir el motivo de viaje. Esto explica la tendencia al turismo especializado.



## 2.- ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURISTICO

### 2.1. Definición de productos turísticos y recreativos para diferentes segmentos de mercado.

#### 2.1.1. Identificación y localización de los productos turísticos y/o recreativos

Las comunidades poseen atractivos potenciales de carácter religioso, étnico, histórico, educativo, que les permitirán desarrollarse como núcleos recreativos y/o turísticos con proyección propia e integrados a los principales centros receptivos en los circuitos que están en proceso de desarrollo.

Ya se ha expresado que no existen actualmente manifestaciones de la gastronomía tradicional ni artesanías históricas o folclóricas de las corrientes inmigratorias. **La gastronomía y la compra de recuerdos** son dos industrias de punta en cualquier desarrollo turístico, por ello se proponen como los dos primeros componentes que integrarán los productos:

**a) Gastronomía Regional de las colectividades.** La elaboración de comidas, dulces, bebidas, conservas, etc., para ser comercializadas en negocios, museos, restaurantes especializados, casas de té, cafés, etc.

La especialización deberá ser tal, que cada ciudad elaborará productos de una o como máximo dos colectividades. Salir a comer una especialidad de un chef o de una región, tiene que convertirse realmente en un atractivo para todos: habitantes y visitantes.

La puesta a punto de este rubro requiere:

- el acuerdo de las comunidades,
- la capacitación del personal de cocina y de servicio,
- la organización de pequeños y medianos emprendimientos
- el acondicionamiento de casas o edificios.

**b) Artesanías Tradicionales.** La compra de recuerdos y obsequios es uno de las alternativas más explotadas mundialmente. Para generar una nueva forma de producción artesanal de **Las artesanías históricas de la colonización entrerriana** se requiere:

- Tomar los modelos de los Museos que tienen una estimable cantidad de objetos, elementos, ropa, enseres, vehículos, de las diferentes corrientes inmigratorias, y de distintas épocas.
- Capacitación artística y técnica para la producción
- Promocionar actividades en talleres, casas de arte y exposiciones, y otros un poco más ambiciosos como Certámenes y Exposiciones, zonales, provinciales, Nacionales o Internacionales.
- Gestionar por intermedio de las colectividades el apoyo de las Embajadas a través de los Departamentos de Extensión Cultural, y de Comercio Exterior.

La puesta a punto de estos programas requiere como mínimo la elaboración de un plan de capacitación y promoción, para que se ponga en marcha en el corto plazo.

Se ha elegido el sistema de circuitos para identificar otros productos turísticos y recreativos, precisamente por el concepto de integración y complementación de la oferta turística ya expresado. En cada circuito se identifican los principales destinos y sus atractivos los que se incorporan a la oferta actual de los centros turísticos.

#### 2.1.1.1.LOS CIRCUITOS DE LA COLONIZACIÓN ENTRERRIANA

**a)** Los circuitos de la colonización Entrerriana en el **Corredor del Uruguay** ofrecen varias alternativas y combinaciones.

- ***La Memoria de Las Colonias***

Colón, San José, Pueblo Liebig, Villa Elisa, Villa Domínguez, Las Moscas, Basavilbaso, Villa Mantero, Palacio San José, Concepción y Colón.

Este circuito abarca la memoria de la inmigración suiza, judía, inglesa y piamontesa. } *diff y sin*



Se puede programar en forma total o parcial pues en cada una de las comunidades se localizan atractivos turísticos y recreativos de diverso origen, jerarquía y calidad.

La idea es utilizar, por lo menos en la primera etapa, las instalaciones de infraestructura de transporte, comunicaciones, operaciones, alojamiento y comercialización de los centros turísticos desarrollados (Concordia, Colón, Concepción, Gualeguaychú), es decir que actúen como centros de promoción y distribución. Esta propuesta tiene un fundamento económico. Ya existen inversiones, con capacidad ociosa y marcada estacionalidad en distintas épocas del año, inversiones que de realizarlas en las localidades pequeñas, no ofrecerían una rentabilidad adecuada en monto ni en el tiempo esperado por los inversores, o crearían una expectativa no satisfecha, y una competencia innecesaria.

A lo expresado debe agregarse que Concordia, Colón y Gualeguaychú son centros ya posicionados en el mercado, con un caudal real de demanda, que es consumidor potencial de los productos culturales y étnicos, lo que permitirá diseñar estrategias de marketing menos costosas.

En cada una de las localidades se programaran actividades con una duración de un día o medio día, paseos, excursiones, visitas, fiestas, festejos, días de campo, compra de artesanías, consumo gastronómico, etc.

- ***Circuito Las Colonias de los Abuelos Judíos***

Se perfilan como las ciudades con mayores elementos de la Colonización Judía, **Ubajay, Concordia, San Salvador, Villa Clara, Ing. Sajaroff, Villaguay, Villa Domínguez, Basavilbaso, Villa Mantero** conectadas por las rutas 14, 18, 39 (estado bueno), 38, 20, 130 (estado regular) y caminos secundarios de ripio y tierra (estado regular, no transitables en días de lluvia). Son lugares aptos para diagramar circuitos de corta y media estadía, donde se combine la actividad cultural, educativa, religiosa, recreativa, la gastronomía tradicional y el conocimiento de la producción agropecuaria actual.

- ***El Tren de Las Colonias.***

Incorporar el tren de pasajeros y el tren turístico es una decisión que no depende solamente del poder político provincial o municipal, está supeditada a la decisión de la empresa que actualmente explota el ferrocarril entrerriano para transporte de carga.

Se puede organizar un circuito turístico en tren que recorra **Basavilbaso, Villa Mantero, Villa Elisa, San José, Colón, Ubajay, Pedernal, Concordia, General Campos, San Salvador, Villa Clara, Villa Domínguez, Las Moscas, Basavilbaso.** En cada localidad existen alternativas para realizar actividades recreativas, y visitas descriptas al hablar de cada producto o componente de las comunidades.

La idea de organizar este circuito, aprovechando la infraestructura existente en las estaciones, vías y máquinas desactivadas desde años, ya fue captada por la Municipalidad de Villa Elisa, que apoya al Ferroclub Central Entrerriano. Organizan un viaje de dos horas que une el tramo de 36 km. que separa Villa Elisa del Palacio San José, pasando por 1° de Mayo y Pronunciamento. Actualmente se hace con un sólo vagón pero existen intenciones de ampliar el recorrido y agregar otra máquina más rápida. El Ferroclub de Gualeguay está estudiando la posibilidad de unir esa ciudad con Carbó, también en un paseo turístico.

El proyecto además contempla la utilización de las estaciones y sus alrededores, como **centros comerciales, gastronómicos, feriales, de exposiciones, culturales, de entretenimientos, deportivos, recreativos y lúdicos**, que van a ser utilizados por la población permanente, zonal y turística. Si bien el tren tiene su objetivo comercial en la explotación integral de estaciones y servicios con fines turísticos, servirá también para mejorar el sistema de transporte de la población permanente local y zonal.

b) Los Circuitos de la Colonización Entrerriana en el Corredor del Paraná ofrecen también distintas combinaciones

- ***Un día en las colonias judías del Norte.***

El conjunto **Alcaraz, Bovril y Avigdor** tienen además de los cementerios y las sinagogas, entre las que se destaca la de chapa de Avigdor, única en el país, y el único encuentro con las cuatro casas clásicas de la colonización judía en Bovril, el salón en Alcaraz, y la sede original de la Administración de la Colonia y el salón comunitario en Avigdor. A estos atractivos hay que agregar que hay varias familias judías que mantienen en su poder y explotan las tierras de sus antepasados.

En **el encuentro** se podría re - crear la forma y modo de vida de una colonia judía en miniatura. Estos pueblos históricos que permiten al visitante vivir, con las comodidades actuales, la experiencia de sus antepasados se han desarrollado en distintos ciudades de EEUU y Canadá con gran éxito. Salvo la casa original de Hambis, este conjunto, que incluso tiene las casas, es el único que permitiría desarrollar un proyecto turístico diferenciado para el mercado judío.

- ***Paisaje y Aldeas***

Las Aldeas de los Alemanes del Volga **Oro Verde, Brasileira, Spatzenkutter, Valle María, Protestante y Crespo**, por su cercanía a Paraná, Diamante y Villa General San Martín, ciudades con equipamiento de alojamiento variado en calidad y nivel de servicios, se perfilan para desarrollar excursiones de medio día y un día; visitar Iglesias protestantes y católicas de una arquitectura importante en volumen y degustar una típica comida alemana o participar en alguna de las fiestas tradicionales. Las rutas son excelentes y ofrecen un paisaje abierto y ondulado entre una y otra aldea.

### **c) Calendario de Fiestas, Festejos y Ceremonias Religiosas**

El Calendario de Fiestas, Festejos, Exposiciones, Ferias, Certámenes, Festivales, Festividades y Ceremonias religiosas, deberá ser organizado y coordinado por la Secretaría de Turismo de la Provincia, el Programa Comunidades, las Municipalidades, las Juntas de Gobierno y las Colectividades.

El atractivo turístico Acontecimientos Programados, tiene éxito si se cumplen algunas pautas elementales.

- Planificar el calendario con un año como mínimo de anticipación, lo ideal es dos años.
- Crear una oferta diversificada. Evitar la superposición temática, temporal y espacial de los acontecimientos.
- Promocionar y difundir el calendario y la programación de las actividades en los mercados emisores con tiempo suficiente para motivar y comercializar el viaje.

#### 2.1.1.2. IDENTIFICACION DE PRODUCTOS POR CIUDAD

Los atractivos y actividades puntuales identificadas en las diferentes localidades, excluyendo las que ya integran la oferta turística, siguiendo el orden del circuito de norte a sur, son

##### **San José:**

- **Visita al Museo Regional de la Colonización Entrerriana.**

El Museo deberá funcionar con el criterio de **Museo Activo**. El público no sólo debe ser espectador, sino sentirse actor y participe de la historia. **La asistencia técnica es de vital importancia para la conservación del patrimonio, la ambientación y la diagramación del programa de actividades para la participación del público sin deteriorar las colecciones.**

- **Fiesta Nacional de las Colectividades - julio -**

La fiesta debería dar participación a las Colectividades de todo el país, especialmente de las corrientes inmigratorias de la región. **El esfuerzo promocional previo a la realización del evento, es fundamental para lograr una buena comercialización entre los sponsors y el público.**

##### **Pueblo Liebig**

La cercanía de Liebig a Villa Elisa (10km) a San José (5km), a Colón (28 km.) valoriza su potencial turístico para turismo de corta y media estadía. Se proponen

algunos productos, si bien lo necesario y recomendable es realizar un estudio y un plan integral de desarrollo turístico específico del Pueblo y su entorno inmediato.

- **Un día en un Pueblo Inglés.**

Las actividades pueden ser múltiples y variadas: una visita al pueblo, práctica de deportes en el Club Liebig, pesca, actividades acuáticas, desayuno y té inglés.

- **Museo Histórico de la Industrialización del ganado.**

La adecuación de parte de las instalaciones del Frigorífico para realizar el **Museo de la Industrialización del Ganado**, en un país cuya historia económica se ha asentado en gran parte en esta actividad, puede ser realmente un atractivo diferenciado, que incluso permita captar capitales y elementos de los grandes productores y entidades empresarias.

La idea es que el museo no sólo contemple la industrialización de la carne, sino también de los productos derivados de los diferentes tipos de ganadería que se explotan en el centro y norte del país. **La ambientación y el entrenamiento del personal son fundamentales para captar el interés de niños y adultos.** La venta de recuerdos, artesanías y productos complementa la visita al museo. La reconstrucción de la manga como camino de ingreso al museo, inicia la participación del visitante, que en algunos momentos de la visita, debería experimentar realizando alguna tarea.

- **Torneo Nacional de Pesca del Surubí y Fiesta Nacional del Surubí - enero -**

Integrar las actividades y organizar espectáculos, demostraciones de pesca de río a caballo, deportes, gastronomía tradicional sobre la base de pescados de río, permitirá convocar a los clubes de pescadores de Argentina, Uruguay, Brasil y Paraguay. **Una buena programación, realizada con suficiente antelación permitirá obtener fondos de sponsors.** Televisar los momentos trascendentes de la fiesta es también un generador de recursos y un medio de promoción convocante

*Trabajo y 1/2 de comunicación  
y 1/2 de...*

- **Pesca Fluvial**

La pesca debería organizarse desde la costa, embarcado y rescatar la antigua pesca a caballo como un atractivo novedoso y tal vez inédito. Algunas de las acciones son **reconstruir el muelle, remodelar las instalaciones del Club de Pesca** para adaptarlas al uso turístico.

- **Alojamiento Turístico**

Las **Viviendas originales podrían convertirse en los típicos “ bread and brekfast” de origen inglés**, no necesitan grandes inversiones y pueden adaptarse en el corto plazo **“The Mess”**, podría ser el Hotel Inglés del Corredor. Deberá realizarse un proyecto integral de remodelación arquitectónica, instalaciones y servicios para convertir The Mess en un hotel integral de tres estrellas como mínimo.

- **Gastronomía.**

El complemento ideal para cualquiera de las actividades es el consumo de alimentos y bebidas típicas. **Un Pub Inglés, Una casa de Té, Restaurantes** con diferentes menús. Todos son emprendimientos para pequeña y mediana inversión.

### **Villa Domínguez**

- **Archivo - Museo Histórico de la Colonización Judía Museo de Villa Domínguez.**

Por el Archivo Histórico que posee, es el Museo de la Colonización Judía más importante de la región y tal vez del país. Está organizado por un autodidacto con excelente predisposición y voluntad. En el aspecto físico, el lugar y las condiciones ambientales no son las adecuadas para que las colecciones se mantengan en buen estado y puedan ser visitadas con comodidad. **Se proponen las siguientes acciones para lograr el apoyo técnico y financiero que permita su puesta en valor en el corto plazo:**

- **Declarar el Museo de Villa Domínguez el Archivo Histórico de la Colonización Judía en Argentina.**

- **Declarar El Museo y Archivo Histórico de Interés Municipal, Provincial y Nacional.**

- **Recibir (inmediata) asistencia técnica en ambientación,**

museología, catalogación, microfilmación, etc. de expertos y complementarlo con estudiantes a través del sistema de pasantías o becas.

- Ampliación y traslado de parte de las colecciones a un espacio adecuado en tamaño, ambientación y seguridad.

- Crear una Fundación Archivo Histórico - Museo Judío cuyos objetivos no sólo sean la recopilación y conservación del patrimonio, sino la formación de expertos o técnicos en historia y cultura judía en Argentina y en el mundo.

Estas acciones podrán concretarse con el apoyo de la Embajada de Israel, las instituciones intermedias, empresas, o fundaciones judías de Argentina y del exterior, además de los aportes que puedan realizar las autoridades gubernamentales.

- **Circuito a la ciudad**

Por sus características urbanísticas y algunos elementos de la Colonización como Las Palmeras del Hospital, la sinagoga, la Escuela Hebrea y el galpón de los inmigrantes, Domínguez es una ciudad para recorrer en un circuito a pie, que puede finalizar con una comida y espectáculos en el galpón, proyección de videos de la Colonización en la escuela hebrea.

### **Villa Domínguez - Las Moscas**

El camino paralelo a las vías del tren que une ambas localidades (11km.) es pintoresco, cruzado por un arroyo y puentes, se propone recorrerlo en carruajes y vehículos de época, organizando alguna actividad gastronómica en Las Moscas, la estación, una visita a la estancia, plantación de eucaliptos, y regreso a Domínguez.

### **Villa Elisa**

- **Un día de Campo en el Museo Estancia El Porvenir**

La ubicación (en un casco de estancia), las colecciones (carruajes, herramientas, maquinarias), el zoológico, y las instalaciones complementarias lo convierten en el **Museo de Sitio** por excelencia de la región. Habría que complementar el producto con la organización de un programa de animación y

recreación, que “re - cree” una jornada con personajes, animales, carruajes, útiles, vestimenta, música, comidas de la época de la colonización.

- **Excursiones en el tren histórico**

- **Fiesta Latinoamericana de Danzas y Cantos de la Colonización**

Esta fiesta, que se realiza ya con éxito, debería tener una estrategia de promoción para que atraiga a sponsors, participantes y público de todo el país y países limítrofes, interese a los representantes de las Colectividades, Embajadas y Representaciones Culturales. **Debería profesionalizarse la organización, promoción, comercialización, prestación de servicios gastronómicos y de alojamiento con emprendimientos de pequeña y mediana empresa.**

### **Basavilbaso**

- **Sinagogas.**

Las tres Sinagogas de la ciudad se diferencian en lo arquitectónico, en la ambientación y en su significado histórico cultural para la comunidad judía.

La **Sinagoga de Colonia Uno**, la **Sinagoga Rancho**, es la única en la provincia y en Argentina por su localización, tipología constructiva y por el estado de conservación de los elementos originales que tiene en su interior. Por sus características debería declararse Monumento Histórico Nacional. En Curazao, Toledo, Panamá y Nueva Inglaterra por ejemplo, Sinagogas originales como ésta, funcionan como Museos y son visitadas, cuando no se ofician servicios religiosos, por los turistas y el público en general.

La **Sinagoga de los Artesanos** y la **Sinagoga T.L. Moisés**, ambas en la ciudad, son dos manifestaciones diferentes de un templo judío. La decoración y las pinturas de ambas tampoco se han encontrado en el resto del área en estudio. Estas particularidades las jerarquiza como atractivos de interés religioso y cultural para la comunidad judía.

El conjunto de las tres sinagogas en la misma ciudad podría ser la **sede de**



**festejos religiosos** para la comunidad judía nacional y de países limítrofes, en fiestas como Pésaj, por ejemplo. No existe un conocimiento de estos festejos en la comunidad en general. Una forma de llegar a los que no pertenecen a una determinada religión, raza, o pueblo, es precisamente la difusión y organización de fiestas o festividades, pues muestran aspectos que desmitifican prejuicios y pre - conceptos, o creencias generalmente equivocadas.

- **Visita a la ciudad - actividades culturales**

Al igual que Villa Domínguez, Basavilbaso es una ciudad para caminar, para visitar el Museo del tren, las estaciones, la Cooperativa. La biblioteca Lucienville es el escenario adecuado para organizar espectáculos teatrales. La Biblioteca y la adecuación de los galpones de las estaciones ofrecen espacio suficiente para organizar el **Festival del Cine Judío**, o el **Festival del Teatro Judío**.

- **Alojamiento Turístico**

El Hotel Robertito debería adecuarse a las normas de categorización de hoteles de 2 estrellas como mínimo. Por su ubicación en el Circuito y en la provincia, Basavilbaso sería la ciudad con mayores posibilidades para realizar inversiones en alojamiento turístico en las modalidades de hotel y apart hotel. Las categorías deben ser como mínimo de dos estrellas en cuanto a servicios, instalaciones y equipamiento.

- **Empresas Gastronómicas.**

La existencia de un solo restaurante de comida rápida, disminuye las posibilidades de comercialización, de paquetes de un día. Basavilbaso debería contar con restaurante de comida judía.

### **Villa Mantero.**

- **Balneario Camping.**

Para captar demanda recreativa zonal y regional deberá mejorarse el acceso (tierra - casi una huella), la señalización y realizar un proyecto para el mejor aprovechamiento del espacio y del paisaje.

- **Estancia Santa Elena.**

El casco de la Estancia Santa Elena, no utilizado en forma permanente por sus propietarios, podría comercializarse con la organización de realizar fiestas campestres criollas y judías, como actividad complementaria de la visita a los cementerios judíos. La alternativa de complementar la explotación agropecuaria del campo con estas actividades fue bien vista por los propietarios. Habría que realizar algunos arreglos en el casco y complementar el equipamiento gastronómico.

- **Visita a la Arrocería de Villa Mantero.**

Las autoridades comunales, interesadas en el desarrollo de actividades económicas complementarias, pueden organizar visitas guiadas a la arrocería para estudiantes zonales y regionales

### **Villa Clara.**

- **Sinagoga, Club Social Barón Hirsch, Escuela Hebrea.**

El conjunto de estos elementos al que se agregan los dos cementerios, algunas cuadras con casas originales, la bibliografía judía de la Biblioteca Municipal, puede convertir a Villa Clara en uno de los destinos para la comunidad judía, para visitas de estudiantes, realización de cursos y seminarios.

- **Casa Mass.**

La recuperación de la casa Mass y su ubicación permitirían crear en ella una granja educativa para niños y adolescentes de la zona. La venta de los productos a los visitantes colaboraría con su financiamiento. Esta granja podría incorporar técnicas antiguas y modernas en la explotación.

### **San Salvador.**

San Salvador, es la ciudad que mejor combina la historia y la actualidad. Los atractivos principales son el **Molino Harinero**, que conserva las primeras máquinas utilizadas; **las casas del Fundador**, una de ellas hoy administración de la arrocería, **la Capilla** original de la familia del fundador, la Primera administración de la Colonia, **la sinagoga** en excelente estado, las dos estaciones de tren, **el cementerio judío** y **la arrocería de San Salvador**.

Por la envergadura de la producción y la conservación de elementos originales, San Salvador podría organizar el **Museo Arrocero de la Provincia** y tal vez del país. La idea es un museo activo con experiencias en las distintas etapas de producción y elaboración del arroz. Todos estos elementos pueden concretar un producto con una estadía de 1 / 2 días para viajes de estudiantes primarios y secundarios de los distintos grupos étnicos de la provincia y el país.

- **Los Cementerios Judíos**

Todas las Comunidades y Colonias tienen Cementerios con diferentes niveles de conservación y mantenimiento. Algunos son visitados por familiares de diferentes ciudades de la provincia y de Argentina, especialmente de los grandes centros urbanos, que es donde ahora viven la mayoría de los descendientes de los colonos.

Debería realizarse el relevamiento de las tumbas para informar a través de la AMIA, la DAIA, las organizaciones intermedias, la Embajada de Israel a los descendientes que viven en las distintas ciudades de Argentina y en el exterior. Esto permitiría mejorar su estado actual y captar un nicho de demanda por razones afectivas y sentimentales.

El programa de puesta en valor Cementerios se complementa con la elaboración de material promocional e informativo de todo lo que puede encontrar y hacer en una radio de dos horas distancia - tiempo entre el cementerio y el atractivo ( 50 / 100 km.)

### **Aldea protestante**

La única con esta religión, está ubicada en medio de un paisaje natural adaptado del que hasta el turista materialista quedará prendado. La Aldea tiene un estado de conservación y mantenimiento excelente, con casas originales y una población descendiente de los inmigrantes.

### **Crespo**

Es la Aldea más desarrollada, que tiene una vida industrial fuerte, parte de la cual domina el casco urbano. La única **casa original** que queda debería declararse

monumento histórico de la colonización de los alemanes del Volga en la provincia y en ella re - crear la casa de los colonos.

### **2.1.2. Selección de los productos turísticos y recreativos para su puesta en valor en el corto y mediano plazo.**

Los productos que tienen mejores posibilidades para su puesta en valor en el corto plazo son la **Gastronomía típica de las colectividades**, las **Artesanías Tradicionales** y el **Calendario de Fiestas, Exposiciones y Festejos**. La condición es que deberán diferenciarse en cada una de las comunidades, es decir privilegiar la especialización y desterrar la generalización y la repetición.

Es conveniente en este punto analizar la experiencia en nuestro país de casos similares, como son las colonias galesas en Chubut, especialmente Gaiman y Trevelin, las rusas de La Pampa, alemanas de Chaco o San Carlos de Bariloche, Villa General Belgrano, e incluso algunas localidades de Misiones; o las italianas, como Colonia Caroya en Córdoba, entre otras.

Entre ellas se destacan las colonias galesas de Chubut, donde se han posicionado las visitas a esas localidades, como una de las excursiones ineludibles en la provincia. En estos casos se visitan los museos, que reflejan su historia, pero el plato fuerte es tomar un té galés, el que se ha convertido en el elemento central de una visita a la zona.

Por el otro lado la visita a Villa General Belgrano muestra una colonia alemana centrada también en la gastronomía y en este caso se agregan las fiestas, como la Fiesta de la Cerveza y de la masa vienesa.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente y a la experiencia de estos centros turísticos, se puede inferir que esta tipología de producto turístico, resulta de interés relativo para corrientes turísticas nacionales o extranjeras, y de mayor interés para los que ya han llegado a la zona. Es conveniente remarcar que los casos de Gaiman y Trevelin en la Provincia de Chubut o Villa General Belgrano, en el caso de

Córdoba, al igual que Blumenau y otras poblaciones del sur de Brasil, demuestran que este tipo de oferta, bien posicionada y bien comercializada, genera importantes opciones para los centros receptores.

**Las Fiestas, Ferias, Exposiciones y Espectáculos** en términos generales estos necesitan una excelente coordinación en sus fechas y actividades para evitar superposiciones. Complementariamente es posible generar además economías de escala en diferentes elementos de las fiestas. De acuerdo a las características de cada una se podría adjudicarla tanto a un segmento como a otro. Sin embargo lo más indicado es mostrarlo como un producto claramente demostrativo de la necesidad de trabajar en conjunto entre las diferentes localidades.

En las **fiestas religiosas**, la acción aquí debe centrarse en rescatar, con autenticidad, las festividades de las diferentes comunidades, para invitar a su celebración a los descendientes de esas religiones de todo el país.

El viajero llegará en automóvil o micro y buscará que las diferentes ofertas que la zona desarrolle o tenga, le permitan recrearse durante el día. Es por ello que los emprendimientos gastronómicos y de la venta de artesanías, vuelven a aparecer como los más interesantes. No debe descartarse la posibilidad de generar emprendimientos que rescaten la vida del pasado unida a una oferta gastronómica, tal serían los vinculados a mostrar como se trabajaba la tierra o un molino con la tecnología de aquella época en funcionamiento.

La puesta en valor de los elementos culturales vinculados con la historia, la arquitectura, la museología, la etnia, la religión, y la identidad entre otros requieren una serie de acciones institucionales locales, provinciales, nacionales y extranjeras, que sumadas a los requerimientos considerables de inversión y financiamiento, hacen presuponer que estarán en plena actividad sólo en el mediano plazo. La selección de los elementos parte del principio de la particularidad y del factor de atracción que puedan ejercer en distintos segmentos de demanda. Siguiendo esta línea de pensamiento la selección ha recaído en

### **Centros Urbanos**

- Basavilbaso
- Villa Domínguez
- Aldeas Rurales
- Pueblo Liebig

El turismo puede permitir el rescatar diferentes elementos históricos de la zona, en especial los vinculados con la arquitectura y el urbanismo. La preservación del patrimonio cultural, el rescate de la historia y la preservación de la riqueza arquitectónica basada en aprovechar diferentes elementos para generar proyectos rentables vinculados al turismo, aparecen como una excelente alternativa.

### **Museos**

- Museo y Archivo Histórico de la Colonización Judía en Villa Domínguez
- Museo Regional de la Colonización Entrerriana de San José.
- Incorporación de la Casa Díaz Cora.
- Estación Museo del Ferrocarril Entrerriano de Ubajay
- Museo del Tren en Basavilbaso
- Museo Estancia El Porvenir en Villa Elisa
- Palacio San José

En términos generales los Museos de la zona reúnen elementos propios de las diferentes épocas de las colonias. Es por ello que se convierten en un paso obligado de quienes visitan el área. Estos además podrían ser completados con otros elementos que hacen al reflejo de la comunidad, como por ejemplo espectáculos musicales o de luz y sonido, gastronomía, etc.

### **Sinagogas**

- Sinagoga de Colonia 1, la Sinagoga Rancho
- Sinagoga Beth Abraham en Basavilbaso, la Sinagoga de los Artesanos

### **Viviendas Particulares**

- La casa judía de Hambis

- Las casas de las aldeas alemanas

### **Molinos**

- Molino Arrocerero de San Salvador
- Molino Forlcaz, ya declarado Monumento Histórico Nacional

### **El Ferrocarril**

- Habilitar el tren turístico en el Circuito El Tren de las Colonias
- Desarrollar en las estaciones del circuito centros comerciales, gastronómicos, culturales y de servicios

Estos elementos culturales interactúan con los naturales ya puestos en valor **Parque Nacional El Palmar**, playas fluviales, paisajes naturales adaptados, y con el **Parque Nacional Pre - Delta** y las **Aguas Termales**.

En todos estos proyectos la recuperación del patrimonio es vital. Al respecto, las posibilidades que brinda aprovechar con otros usos estructuras diseñadas con fines diferentes, debería ser el mecanismo más utilizado para incorporar al mercado **restaurantes, casas de té y alojamiento no tradicional**.

En cuanto a empresas de Alojamiento, en principio se utilizaran las existentes en los centros turísticos, que tienen capacidad ociosa buena parte del año. Si es necesario adecuar el existente en Basavilbaso y se propone como único emprendimiento de envergadura en este ítem el **Hotel Integral The Mess** en Pueblo Liebig

La región tiene otros atractivos de interés para los fines del trabajo. Muchos de ellos se encuentran diseminados a lo largo de la zona de estudio y otros, en algunos casos funcionan en alguna localidad, pero resumen intereses comunes de la zona o de alguna corriente inmigratoria. Entre ellos se pueden mencionar. Los **Cementerios Judíos**, la recuperación de **casas típicas de la colonización** como la **esquina en Bovril**.

Las características particulares de los cementerios hace que exista entre los viajeros, interés para visitarlos especialmente motivados en la búsqueda de sus ancestros.

#### 2.1.2.1. CIRCUITOS PRIORITARIOS Y COMPLEMENTARIOS. INTERRELACIÓN ENTRE DESTINOS Y CIRCUITOS

En la práctica los visitantes utilizarán diferentes elementos de la zona, conformando circuitos de acuerdo a sus expectativas y necesidades. Sin embargo se cree que el grueso de los turistas utilizará habitualmente sólo parte de ellos o quizás elementos puntuales, pero para que esto también suceda, es vital describir diferentes circuitos posibles de implementar en el área de estudio.

Se han diagramado algunos circuitos, a modo de ejemplo. En cada uno se han identificado los principales destinos y sus atractivos que se incorporan a la oferta actual de los centros turísticos como **Los circuitos de la colonización entrerriana :**

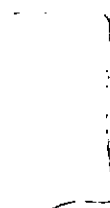
##### **1. La Memoria de las colonias**

##### **2. El tren de las Colonias**

##### **3. Circuitos por origen: Las Colonias de los Abuelos Judíos**

**Circuito de los gauchos judíos**

**Circuito de las Aldeas Alemanas**



Actualmente dos experiencias están dando sus primeros pasos sobre el particular. Por un lado la empresa de viajes y turismo Costanera 241 de Paraná, esta ofreciendo una excursión a las colonias alemanas. El circuito se puede potencialmente mostrar mejor y de manera más importante. Por el otro la Fiesta de la Cerveza de Crespo, y la Fiesta de las Colectividades de Paraná son un excelente primer paso que tiende al aprovechamiento turístico de la tradición y la historia. Al respecto parecería apropiado tratar de aprovechar mejor la gastronomía, con elementos que van tanto desde concursos de platos típicos hasta servicios especiales a la hora del té, por ejemplo.



Los destinos que actuarán como receptores y emisores de visitantes para los circuitos son los centros jerarquizados por la variedad y cantidad de servicios que tienen : Gualeguaychú, Colón, Concordia, Paraná. El resto de las ciudades menores funcionaran como centros receptores - Basavilbaso, Villaguay, Pueblo Liebig - siempre que adecuen o pongan en valor su oferta de alojamiento.

Algunas Colonias como Ubajay, Villa Mantero, Villa Clara, Las Moscas, San Salvador y casi todas las aldeas alemanas, se comportaran como "sitios" turísticos, receptores de excursiones con estadía de medio a un día. El resto de las colonias y aldeas comprendidas en el área tienen elementos para prolongar la estancia hasta dos días.

Las estancias, sistema no tradicional de alojamiento, esta tomando especial auge en la provincia de Entre Ríos. Si bien no formaron parte del proyecto original, pueden actuar como un excelente complemento en la presente propuesta.

El desarrollo turístico de las poblaciones involucradas dependerá, en definitiva, del grado de interés que las comunidades locales impriman al proyecto para que, diferentes segmentos de la demanda turística se sientan motivados en visitarlas.

### **2.1.3. Identificación de la demanda potencial por segmento de mercado nacional e internacional y por motivación del viaje. Identificación de los mercados objetivos por segmento motivacional (turistas, inversores, intermediarios, Operadores mayoristas), nuevos residentes.**

Todos los productos son de interés primario de un tipo de demanda y a su vez tienen potencialmente algún atractivo para otros segmentos. Pero su requisito fundamental es que mantengan una importante dosis de autenticidad. Para ello corresponde determinar cuales segmentos de mercado pueden estar interesados en algún, o quizás algunos elementos que hacen a las características propias que el área propone.

La demanda del proyecto se la puede dividir en demanda turística y recreativa. La diferencia entre ambas reside fundamentalmente en el lugar de origen y en sus características como consumidores. Un número importante de productos son comunes a los dos grupos. Sin embargo las particularidades que engloban las posibles inserciones de éstos en el mercado, lleva a pensar que merecen considerarse algunas particularidades.

Como regla general se puede decir que los turistas provienen de centros emisivos más allá de la frontera provincial y los recreativos serán de la misma provincia de Entre Ríos. Sin embargo la experiencia señala que estas fronteras no son tan rígidas, especialmente para los residentes en áreas cercanas a la provincia.

Por lo tanto se observa que en los casos mencionados, mediante elementos de sencilla concreción, es posible captar interesantes segmentos de la demanda en especial a través de la revalorización de elementos propios de los ancestros, como los vinculados con la gastronomía, la historia o el folklore.

A ello se agrega en su favor, la búsqueda de identidad del argentino, en especial, de aquel cuyo origen proviene de comunidades o nacionalidades que desarrollaron colonias en el área; además del interés de no pocos residentes en los

países de origen, es decir turistas extranjeros que visitan nuestro país, y desean saber acerca de la suerte de las corrientes inmigratorias.

Unic  
f. estudio  
son

Sin embargo el volumen de estos segmentos no parece ser tan cuantioso ni su volumen de gasto sería tan importante como para justificar la dependencia absoluta a esta actividad económica, al menos por ahora y en un futuro cercano previsible.

Parece el paso fundamental aprovechar la sinergia de los centros turísticos vecinos en funcionamiento en beneficio propio. Evidentemente es más fácil aprovechar las estructuras comerciales y operativas de ciudades como Gualeguaychú, Colón, Concordia o Paraná. De hecho las incipientes manifestaciones que se observan, se realizan sobre esta base. Se pueden mencionar el uso que los turistas le dan ya a diversas excursiones, que si bien no se comercializan, las hacen, como por ejemplo al Molino Forclaz, al Museo de San José, la Fiesta de la Cerveza de Crespo u otras fiestas.

de bil

Los turistas que visitan un centro turístico con un cierto nivel de desarrollo, cualquiera sea su motivación, están en la búsqueda de experiencias nuevas y diferentes, que son posibles de generar desde poblaciones con las características como las que se pueden observar en el área de estudio. Los centros mencionados reciben el 70% (245000) del total de los arribos (350000), de ellos el 50% se puede captar para los productos y circuitos diseñados.

No menos importante es que los empresarios del sector, de esos centros receptivos, también están interesados en que crezcan turísticamente comunidades vecinas, ya que de esta manera es posible prolongar la estadía de visitantes o, incluso, captar nuevos segmentos de la demanda.

Por lo tanto es relativamente sencillo - y fundamentalmente más económico que hacerlo en los grandes centros emisores como Buenos Aires - que una oferta de Basavilbaso, tenga cierta facilidad para comercializarse en Colón, Concordia y hasta en Gualeguaychú. Para las poblaciones del área de estudio la estrategia de

desarrollo debe centrarse en capitalizar la sinergia de los centros turísticos de la región aprovechando que los turistas ya visitan esas comunidades.

En un segundo plano surge la estrategia de motivar segmentos interesados en visitar la zona básicamente por motivos étnicos. En este sentido las acciones posibles de realizar son más limitadas, pero se basan en la participación local y en que, las Asociaciones e Instituciones locales tengan en otras de similar característica a escala nacional e internacional, buenas relaciones y realicen acciones para mantener los lazos con los pueblos o las familias de origen.

Fuente:  
F. V.  
o algo  
en  
P. 1

Se ha identificado la demanda potencial de la Comunidad Judía, de la que existen datos muy concretos. La población total de la Comunidad Judía es de 250.000 personas, de las cuales el 80% (200000) se concentra en Capital Federal y el Gran Buenos Aires. La comunidad habita en su mayor parte en los barrios de Once, Villa Crespo, Belgrano, Palermo, Barracas, Flores y zona sur y oeste del Gran Buenos Aires. En Córdoba, Tucumán, Mendoza, <sup>Rosario</sup> Bahía Blanca, Corrientes, Resistencia y Rosario se encuentran radicadas aproximadamente 1000 familias en cada centro urbano o provincia.

con sede en Tucumán

Diferente es la situación en materia de posibilidades desde el punto de vista recreativo. Se asume que el ámbito recreativo, se basa en la demanda proveniente de la misma provincia. Es lógico suponer que las opciones en este campo son similares en cuanto a su tipología, pero considerablemente superiores en cuanto a su volumen a la turística.

De hecho la mayor parte de los proyectos que se implementen para aprovechar la potencialidad turística y recreativa de esta zona, tendrá en los entrerrianos un segmento de importancia fundamental para su análisis.

Desde el punto de vista de sus características como consumidores, seguramente los visitantes recreativos tenderán a repetir varias veces al año la visita en caso que encuentren servicios que les satisfagan.

Básicamente entre los turistas que visitan y visitarán las poblaciones analizadas se encuentran dos segmentos principales:

Segmento	Característica
<b>Visitante de la zona</b>	<p>Proveniente de los ámbitos más cercanos a la zona analizada, y principalmente de la propia provincia, Norte de la Provincia de Buenos Aires, Santa Fe, departamento de Salto en Uruguay, otras.</p> <p>Se alojan en las estructuras actuales de alojamiento de los centros turísticos</p> <p>Por lo general viajan por su cuenta, en auto propio y con un grupo de amigos o familia.</p> <p>Son la corriente más numerosas</p>
<b>Segmento étnico</b>	<p>Grupos específicos provenientes de ámbitos dispersos, pero fundamentalmente de los grandes centros urbanos o de los lugares de origen de las comunidades.</p> <p>Generalmente viajan en grupos, tienden a no alojarse en hoteles y contratan pocos servicios.</p> <p>Las comunidades locales y sus relaciones externas juegan aquí una función primordial.</p> <p>Son poco numerosos.</p>

Potencialmente existen otros segmentos que pueden llegar a ser captados por la zona de estudio, pero no aparecen actualmente como grupos importantes por su volumen o características.

A los fines del estudio no se marcan diferencias considerables en materia de visitantes recreativos o turísticos, salvo la tendencia a la repetitividad de los visitantes recreativos.

Merece destacarse que el área de estudio por si sola y con las estructuras comerciales y de recepción que actualmente tiene, no puede captar importantes corrientes turísticas en los mercados emisores.

En primer término debe considerarse el volumen aproximado de población urbana situada dentro de un radio de influencia igual a una distancia máxima de 400km tomados desde Colón y desde Paraná. En ellos prácticamente queda comprendido todo el territorio de Uruguay, y de Argentina ciudades con alta concentración, como el Gran Buenos Aires, La Plata, Arrecifes, Pergamino, Córdoba, Rosario, Santa Fé, San Francisco, Reconquista, Goya, Curuzú Cuatiá, además de una gran cantidad de localidades intermedias similares. La Suma de todos ellos totaliza alrededor de 20 millones de personas, de las cuales el 11% (2.2 millones) pertenecen a las clases A1, B1 y C1, que son aquellos cuyos niveles de ingresos mensuales (\$6.000 y \$3000) los ubican con comodidad como consumidores potenciales.

A los fines de analizar la demanda internacional, debe realizarse una clara diferenciación entre los visitantes cercanos, básicamente provenientes de Uruguay y del sur de Brasil, y los de orígenes más distantes. En estos casos las características en cuanto a motivación y hábitos de consumo, por ejemplo, que se encuentran son notoriamente diferentes.

En el caso de los visitantes cercanos, se puede concluir que se comportarán de manera similar a los nacionales, incluso con las diferencias de visitantes de la zona y los del segmento étnico. En cambio, los visitantes extranjeros de otros orígenes se centrarán básicamente en el segmento étnico. Merece destacarse que en este caso no parece ser en cuanto a volumen ni por su gasto, un segmento de importancia relativa. Sin embargo a los fines del producto, el captar este segmento de visitantes es muy importante.

Al identificar a los distintos segmentos objetivos de aprovechamiento turístico del área de estudio que el proyecto encierra, se encuentra que será

necesario un accionar absolutamente diferenciado de acuerdo a los distintos nichos de mercado que se quiera captar.

La estrategia más eficiente e inteligente sería captar mediante elementos de sencilla concreción en los centros receptores de la provincia, como Colón, Concordia o Paraná en primera instancia, y en segunda instancia en el resto de los centros urbanos de la provincia y las principales ciudades de las provincias y países limítrofes; interesantes segmentos de la demanda que las visitan o habitan, en especial mediante la revalorización de elementos propios de la inmigración, la religión, la etnia y la tradición.

De esta manera la acción se centrará en tratar tanto a los residentes en Entre Ríos, como a los visitantes o turistas, de la misma manera, unificando los canales de comunicación y comercialización.

Por lo tanto socios interesados en estos emprendimientos serán los propios empresarios turísticos de los centros receptivos de la provincia, ya que verán en los nuevos proyectos, una excelente alternativa para ampliar su mercado tanto por prolongación de las estadías, como por la posibilidad que tendrán de llegar a nuevos, o diferentes, segmentos del mercado.

Se deberá tender a crear las bases para que los inversionistas en el área de estudio sean residentes en la misma área. De esta manera será más sencillo preservar los verdaderos valores históricos y culturales y habrá un mayor compromiso local y regional.

Parece apropiado tratar de aprovechar estructuras creadas con otro fin, como las cooperativas agrícolas, las colectividades o asociaciones de una etnia, para generar empresas de aprovechamiento turístico inspiradas en el proyecto.

Seguramente las estructuras de promoción e incentivo provinciales, como tasas de interés preferenciales, reducción impositiva, entre otras; y de la Nación,

como asistencia técnica, posibilitaran el acceso de personas interesadas en las inversiones necesarias.

Otra acción de importancia para este segmento será el que se organice un viaje del que participen líderes de opinión, los posibles inversionistas locales para que visiten poblaciones que explotan experiencias turísticas basadas en una problemática similar o se apoyan en elementos similares, como las ya mencionadas anteriormente, y otras localidades, que si bien aún no han desarrollado estas posibilidades, potencialmente podrían hacerlo, pues están en una posición similar. Entre ellas se pueden resaltar las colonias rusas de La Pampa, alemanas de Chaco algunas localidades de Misiones, como El dorado y Colonia Caroya en la Provincia de Córdoba, entre otras.

Además será posible captar inversionistas fuera del área de estudio. La divulgación de la existencia de un plan para estas comunidades va a colaborar a motivar a posibles inversionistas. Muchos de ellos podrán interesarse en un primer momento por motivos sentimentales, por lo que será de vital importancia divulgar estas opciones a nivel de las comunidades residentes en otras localidades, especialmente en los grandes centros urbanos del país.

Los segmentos de intermediarios en la comercialización de servicios turísticos van a estar motivados en los productos provenientes del área del proyecto, si encuentran la posibilidad de generar productos de interés para la demanda a un precio competitivo.

Una moderna estrategia para este segmento deberá centrarse en trabajar desde los centros receptivos con las estructuras comerciales de los centros emisores a los efectos de posicionar el producto. Para ello será necesario darlo a conocer primero entre los mayoristas y luego de posicionarlo en este estrato, al sector comercializador, es decir las agencias de viajes minoristas.

Por las características del producto será importante que participen de alguna manera en las acciones promocionales y comerciales, líderes de opinión del



mercado emisor vinculados a las comunidades del mismo origen que los inmigrantes.

En el turismo, como en otras actividades comerciales, existen estructuras de comercialización formadas por las empresas productoras, comercializadoras, intermediarias, etc., que participan del sector y los sistemas de vínculos o canales que las relacionan entre sí. Vale aclarar entonces que no existen en la actividad turística canales de distribución, debido a sus características específicas: lo que se produce y se vende son servicios y éstos, por su propia naturaleza, deben ser consumidos donde se producen. Es decir, no hay forma de distribuir o transportar servicios.

Por implicar el turismo siempre movimientos entre distintas zonas, genera un sistema de comercialización que tiene dos partes: la del origen y la del destino de los turistas. *explico  
Técnicamente  
condición*

Existen, por lo tanto, empresas del origen, y empresas propias del destino, que son las que producen los servicios. El sistema se completa con las empresas de transporte que son las que unen el origen y el destino.

En un mercado desarrollado casi todos los servicios son producidos y comercializados por empresas. En cambio en mercados no tan desarrollados, o en aquellos que son cercanos, las funciones empiezan a escapar del circuito comercial y son los propios turistas quienes las generan. El caso típico es cuando el turista viaja en su propio automóvil particular, o se aloja en su propia casa de vacaciones. Merece destacarse que el caso de viajar en automóvil particular es el más usual en la provincia.

En la zona de estudio las empresas receptoras son prácticamente inexistentes. Las que existen, no venden en el origen, sino en el destino. La mayoría de las empresas productoras de servicios, son generalmente pequeñas y de escasa capacidad de comercialización. Por lo tanto tampoco venden en el origen; esperan a los turistas y venden en el destino.

Corresponde decir que la situación se agrava si se consideran estrictamente a las poblaciones comprendidas en el área de estudio. Allí no existen prácticamente empresas pasibles de comercializar servicios a turistas, con la excepción de contados hoteles y restaurantes, básicamente orientados a satisfacer demandas diferentes a las que el estudio pretende captar.

Tanto los nuevos residentes, como los que descienden de las corrientes originales de colonos, serán los responsables de recibir a las corrientes turísticas. Es por ello que será necesario motivar a todos los residentes, y especialmente a los nuevos acerca de las bondades de aprovechar turísticamente la región.

Ello será especialmente importante porque deben ser conscientes que el turismo es un sector alternativo de otros para el desarrollo social y económico, elemento que se refleja especialmente en las poblaciones del área de estudio.

Al respecto vale la pena resaltar que los ingresos económicos que se producen en una comunidad por la venta de servicios turísticos, significan la incorporación al mercado de consumo de la misma de recursos económicos que no provienen de ella. Este elemento será de vital importancia, ya que prácticamente las distintas poblaciones que conforman el área de estudio no poseen actualmente empresas que brinden servicios pasibles de ser aprovechados turísticamente.

A causa del turismo, se mejora en principio el nivel de vida del residente ofreciendo mejores oportunidades laborales y mejores salarios, ya que mejoras en los medios de transporte y comunicación, urbanización, salud y esparcimiento, son posibles por el desarrollo de la actividad turística.

No menos importancia recobra en este caso el hecho que el producto turístico no es solamente el lugar visitado, ni el hotel, ni el restaurante ni el mozo, sino cada una de las personas, todas las actividades, costumbres, hábitos, etc. forma parte del producto turístico, de la oferta que se comercializa. Por lo tanto, una parte importante del producto turístico son las aldeas, con su gente, con su historia y su identidad.

Las características de la zona de estudio permiten que los productos turísticos y recreativos se desarrollen con singulares posibilidades de éxito. Básicamente para que esto así suceda deberán responder fundamentalmente a los requerimientos de la demanda y a la voluntad de una comunidad o una empresa.

Dentro del tema "requerimiento de la demanda" es conveniente mencionar que la demanda previsible y más importante del área de estudio, puesta en valor y traducida en productos turísticos y recreativos, se centrará en principio en visitas del día, desde los centros turísticos cercanos: Gualaguaychú, Concordia, Colon y Paraná.

Se estima que la demanda a la zona del proyecto por segmento tendrá una tasa de crecimiento del 5% entre los turistas que llegan a los centros turísticos y un 15% del segmento étnico

#### **ESTIMACION DEL MERCADO DE LOS PROYECTOS**

<b>PRODUCTO</b>	<b>SEGMENTO TUR.ZONAL</b>	<b>SEGMENTO TUR.ETNICO</b>	<b>TOTAL TURISTAS</b>
Gran Circuito	10% - 24.500	30% - 2. 340	26.840
Circuitos menores	40% - 73.500	50% - 3.900	77.400
Tren de las Colonias	20% - 49.000	30% - 2340	51.340

El caso de los comercios gastronómicos de la zona de estudio y pasibles de producir comida regional de las colonias, merece un tratamiento global y por tipología.

## DEMANDA ESTIMADA PARA PROYECTOS GASTRONÓMICOS GLOBALES

PROYECTO	TURISMO ZONAL	TURISMO ETNICO	TOTAL TURISTAS
Gastronomía	60% - 147.000	60% - 4.680	151.680

Sin embargo se debe reconocer que un grupo importante de los turistas consumirá más de una comida o té. De acuerdo a casos similares se puede determinar que se comportarán de la siguiente manera.

## DEMANDA ESTIMADA PARA PROYECTOS GASTRONÓMICOS POR TIPOLOGIA

SERVICIO TURISTAS	UN SERVICIO	CUBIERTOS	DOS SERVICIOS	CUBIERTOS	TOTAL CUBIERTOS
TE - 151.680	50%	75.840	10%	15.168	91.008
COMIDA 151.680	30%	45.054	5%	7.580	53.088

La visita al cementerio comprende el traslado desde la residencia habitual, que puede ser entre 50 y 500 Km, los gastos en transporte de aproximación e interno y las comidas. Este visitante en turismo, se llama turista real - consumidor potencial. Esto quiere decir que si el turista real (que viaja por motivaciones espirituales) tiene información amplia y detallada de las posibles actividades que puede realizar (restaurante judío - un día de campo en la estancia Santa Elena, la sinagoga de Colonia Uno, el Museo del Tren de Basavilbaso, etc.), como tiene tiempo libre y está abierto a la recreación y el entretenimiento, es decir predispuesto al consumo de tiempo y de dinero, se convierte de consumidor potencial en consumidor real de servicios turísticos.

Este producto tiene un nicho interesante en el mercado judío, pues puede captar a niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos, profesionales, empresarios y empleados y además permite realizar viajes en grupos familiares, estudiantes o amigos, en parejas y solos. Es un producto ideal para las segundas

vacaciones o vacaciones cortas en los fines de semana largo y para festejar fiestas religiosas.

Existen una serie de condicionantes para poner en valor los atractivos (ya señaladas), vinculadas a la concientización y capacitación de la población permanente, la propiedad y / o tenencia de la tierra o los inmuebles, la concreción de obras de infraestructura básica en materia de servicios, el acondicionamiento de las vías de comunicación y la recuperación del patrimonio arquitectónico.

A esta situación, debe agregarse que en casi todas las comunidades existen museos, con diferente nivel de desarrollo, y manifestaciones culturales que al considerarlas en el conjunto, producen una repetición de actividades o atractivos. En este tema será necesario efectuar un trabajo de coordinación entre las autoridades públicas, privadas e intermedias de las comunidades, para que intercambien algunos elementos con el objeto de fortalecer las propuestas, para que realmente sean un mosaico de oportunidades para el visitante y el inversor, un conjunto de estrategias de comercialización turística integradas en beneficio de la región y de cada comunidad.

#### **2.1.4. Identificación de los proyectos de inversión para la puesta en valor de los atractivos prioritarios y adecuación del equipamiento urbano y de servicios para actividades turísticas. Alternativas para el corto y mediano plazo.**

La identificación de los proyectos de inversión excede el marco de las inversiones turísticas o comerciales del empresario privado. Existen una serie de proyectos y programas que son de carácter primario y general que corresponden a los organismos públicos de la provincia y su interacción en el ámbito de decisión e inversión con entidades nacionales, departamentales, locales, empresarias y financieras, entre otras. Estos proyectos y programas se identifican como Proyectos Prioritarios y Programa de Preservación del Patrimonio. Por sus características en muchos casos resulta difícil efectuar la estimación de la inversión.

##### **2.1.4.1. PROYECTOS PRIORITARIOS**

Tanto los organismos públicos provinciales, coordinados con los locales, como las empresas privadas deberán realizar inversiones en infraestructura de transporte y comunicaciones, equipamiento básico (agua, cloaca, salud, educación) y complementario, para poner en valor espacios urbanos, edificios, fomentar e incentivar la organización de emprendimientos para la prestación de servicios turísticos.

Se detallan los programas y proyectos que contemplan los aspectos básicos a satisfacer, para que la puesta en marcha de los productos turísticos y/o recreativos puedan concretarse y penetrar en el mercado competitivo a escala nacional e internacional.

##### **a) Infraestructura de transporte y comunicaciones.**

La ruta Prov. N°20 (asfaltada entre Basavilbaso y Urdinarrain), en el tramo entre Villaguay, Villa Domínguez, Ing. Sajaroff, y Basavilbaso, se convierte en un camino no pavimentado, de ripio secundario; el camino paralelo a las vías del tren, no pavimentado secundario, de tierra, que une Villa Clara, Ing. Sajaroff y Villa

Domínguez, Las Moscas, Líbaros y Basavilbaso, son las principales vías de comunicación entre estas localidades. En igual situación se encuentran Hambis, Pueblo Cazes, La Clarita y Colonia San Miguel. Estos no presentan un buen estado para la circulación de vehículo, ni señalización adecuada. La situación actual de los mismos no favorece el desarrollo de las actividades actuales ni tampoco son aptos para el tráfico de buses de porte medio, automóviles o vehículos de época de tracción a sangre. Cualquier actividad comercial, y especialmente la actividad turística, no pueden detenerse ante lluvias o vientos, por lo tanto se considera imprescindible el mejorado de las vías de comunicación.

Debe tenerse en cuenta que el tren no funciona desde hace unos años, por lo cual éstas son las únicas vías de acceso a estas comunidades. Su estado actual dificulta el servicio de normal de ómnibus de línea, los que además no tienen una frecuencia considerable. Además de esta situación es conveniente aclarar que tampoco existen servicios de aprovisionamiento de combustible, mecánica de urgencia ni teléfono.

Como el enripiado parece ser una alternativa utilizada en la provincia, en su estado actual (se observa falta de mantenimiento programado), no resultan convenientes para la utilización de vehículos modernos, generalmente bajos que sufren los inconvenientes propios de los golpes del ripio en su estructura. Se recomienda efectuar un plan de mantenimiento preventivo y permanente.

Las entradas a las localidades presentan falencias en su estado de conservación y la señalización de acceso e información de la ciudad. La facilidad para llegar por medios propios desde otras localidades es fundamental para la actividad turística.

#### b) Servicios Básicos.

El aprovisionamiento de servicios básicos (agua, cloaca, asistencia sanitaria) suficiente para la población permanente, sólo en algunas ciudades, deberá complementarse e incrementarse con servicios e instalaciones que permitan atender una demanda no sólo local sino un porcentaje de la demanda turística, en

cuestiones urgencias médica por ejemplo con equipamiento más moderno del que poseen, personal capacitado y facilidades de traslado (unidades coronarias) a centros cercanos con tecnología actualizada.

c) Crear Sentido de Pertenencia a la propuesta.

11. Foco e ideas

Para la puesta en valor de los productos turísticos y recreativos en el corto y mediano plazo, es necesario e imprescindible contar con la voluntad y la participación de las diferentes comunidades para recibir visitantes, ya que la población residente es en turismo, actor (prestador de servicios) y beneficiario (rentabilidad económica y social). La estrategia a seguir contempla:

- La divulgación de la propuesta para generar en la población el consenso necesario para su puesta en marcha y continuidad; generar la participación activa de la comunidad. En especial su sector dirigente, inversor y empresario.
- La realización de campañas para demostrar a la comunidad la importancia de la actividad turística en la región.
- La participación de la comunidad en la actividad turística, ya sea individualmente, como a través de sus organizaciones comunitarias. Esta será una de las formas en que la sociedad encuentre los beneficios del turismo.
- La creación de mecanismos de trabajo en conjunto entre la provincia y los municipios, potenciando su alcance y dando el marco para que se sumen aportes de otras fuentes tanto estatales como privadas.

c) La capacitación.

El segundo elemento seleccionado, también se vincula con la población residente, y es la capacitación de mano de obra calificada para trabajar en los distintos elementos que integran un producto turístico y/o recreativo: Alojamiento, Alimentación, transporte, artesanías, información y en las distintas prestaciones de servicios básicos y complementarios.

Habría que adecuar los planes de estudio para la formación de los recursos humanos existentes atento a las necesidades del sector privado y fomentar la realización de cursos destinados a la cubrir las necesidades de formación,



capacitación y entrenamiento en cuestiones operativas de las empresas vinculadas con la actividad turística, en especial las operadoras receptoras, los servicios de alojamiento y alimentación y el transporte local de uso turístico. Se proponen los siguientes:

- Gastronomía tradicional (cocina alemana, judía, vasca, francesa, árabe, italiana, argentina).
- Artesanías en madera, barro, paja, textil, que reproduzcan objetos, elementos, casas, utensilios, ropa, muebles, etc., utilizados en la época de la colonización.
- Museología y preservación del patrimonio, conservación, ambientación, clasificación e interpretación de material bibliográfico, fotográfico, muebles, etc. de la colonización.
- Antropología cultural.
- Calidad en servicios turísticos.
- Guías e informantes turísticos locales y regionales con amplio dominio de la historia, las tradiciones, y los aspectos socio - económicos actuales de la región y la provincia, la expresión oral y corporal y técnicas de manejo de grupos.
- Dominio oral y escrito de idiomas extranjeros: Inglés, Francés, Hebreo, Idish, Portugués, Italiano, Alemán. La idea no es estudiar todos los idiomas en todas las colonias, sino los que corresponden al origen de la colonización, además de inglés y portugués.
- Tradición y folklore de las distintas corrientes inmigratorias. Danzas, Cantos, Música, Poesía, Teatro.
- Entrenamiento de personal operativo para empresas dedicadas a la industria de la hospitalidad (gobernantas, mucamas, recepcionistas, maitres, mozos, camareras)
- Administración y marketing para la pequeña y mediana empresa.
- Informática aplicada para hotelería, gastronomía, agencias de viajes, museología, contabilidad, etc.
- Actualización profesional y perfeccionamiento empresarial.
- Formación de líderes en recreación turística y cultural, con especial énfasis en animación cultural.
- Formación de formadores locales.

Estas propuestas deberán convertirse en programas de capacitación para adolescentes y jóvenes dentro de los lineamientos de la nueva política educativa. Muchos de los programas de formación, capacitación y entrenamiento se pueden financiar a través de los planes proyecto joven, imagen, del Ministerio de Economía; del programa Crédito Fiscal del Ministerio de Educación de la Nación, de los programas de capacitación de la Secretaría de Turismo de la Nación, y de los programas de asistencia técnica de las Embajadas a través de las Asociaciones y Colectividades, que son los gestores naturales.

11. x2. (N) r' el n. l. Tree pua n

En tercer término se considera que resulta de vital importancia en toda la región en estudio y en la provincia un adecuado sistema de Información y señalización vial y turística en los atractivos, en las rutas y en las entradas y salidas de los centros turísticos receptores, naturales emisores de turismo en la zona. Sólo a modo de ejemplo, se mencionan algunas pautas:

- Normalizar el diseño, texto y colores con los utilizados internacionalmente en turismo.
- Señalización vial de acuerdo a normas internacionales.
- En la salida de los centros urbanos y turísticos indicar los circuitos y la forma de acceso aclarando estado de las rutas y distancias.
- A la entrada de cada colonia o aldea o pueblo hacer una síntesis de atractivos, servicios y algo de historia. Si hay un plano mejor.
- Señalización urbana nombre de calles y alturas.
- En los pueblos señalar la ubicación de cada atractivo y/o el circuito.
- Mojoneros pintados al costado de los caminos de ripio y tierra con pintura reflejante.
- Señalar los puntos panorámicos del Circuito Paisajes y Aldeas especialmente.
- Donde hay bifurcaciones marcar que camino tomar para llegar al atractivo, o pueblo.
- Señalización nocturna a través de la iluminación de los edificios.

#### 2.1.4.2. PROGRAMA PARA LA PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO.

La necesidad de crear una conciencia real en favor de la conservación del patrimonio, es la primera recomendación importante a nivel general, conciencia que debe alimentarse en las escuelas, en las organizaciones intermedias y particularmente en la gente directamente involucrada en los futuros proyectos, a través de charlas, medios de comunicación locales, regionales y/o provinciales y cualquier otra forma de llegada a la población.

"En cualquier caso, la colaboración espontánea y múltiple de los particulares en los planes de puesta en valor del patrimonio histórico es absolutamente imprescindible, muy en especial, en las pequeñas comunidades. De ahí que en la preparación de dichos planes debe tenerse en cuenta la conveniencia de un programa anexo de educación cívica, desenvuelto sistemática y simultáneamente a la ejecución del proyecto."<sup>1</sup>

Es importante que la protección no sea rígida en términos de relación con la población, esto quiere decir que permita el uso social del bien en cuestión, que no impida la evolución en el tiempo de este y que no implique una gran erogación para el erario público, es por ello que se enuncian las **RECOMENDACIONES PARTICULARES A ESCALA URBANÍSTICA, NORMAS ESPECÍFICAS, TÉCNICAS Y LEGALES.**

Realizar un programa de desarrollo urbano en cada uno de los pueblos y aldeas, que defina las pautas y establezca las siguientes recomendaciones para el planeamiento urbano y rural en cada uno de los poblados.

- Preservación del entorno paisajístico en los pueblos y aldeas rurales especialmente.
- Respeto por las especies vegetales autóctonas u originales en la conservación, reposición o el reemplazo (si ha llegado el momento).
- Preservación del entorno inmediato del bien a conservar y mediato en una zona a definir previamente para cada caso en particular.

---

<sup>1</sup> VIII. El interés social y la acción cívica. "Las normas de Quito"

- Dentro de ese entorno inmediato y mediano se debe especificar para futuras construcciones o reformas de edificios ya construidos su: Morfología – Tipología – Materiales - Alturas de coronamiento, de cornisa y/o de basamento - Retiros de línea municipal, de eje divisorio de predio, etc. – Color - Carácter estilístico

- Realizar la demarcación y la documentación de las zonas o sectores de protección especial.

Este programa debe estar articulado con una legislación acorde, porque si no son debidamente coordinados, están condenados al fracaso.

La ordenanza municipal a dictarse en cada uno de los municipios involucrados, debe establecer claramente los derechos y las obligaciones respecto del patrimonio cultural y natural, esto se hace imprescindible para establecer un equilibrio de fuerzas ante la presión inmobiliaria.

La promulgación de una ley provincial, de las mismas características de la 89/12 de la provincia de Buenos Aires, se hace imprescindible para que el marco regulatorio sea más amplio y contemple a aquellos municipios o juntas de gobierno que en el futuro no estén protegidos por una disposición propia. Para los pueblos que se mencionan en el presente trabajo se hace necesario la promulgación de una ordenanza municipal como la de la ciudad de Mar del Plata (Ordenanza N 10075, ver Anexo Documentos).

En la provincia dos antecedentes importantes son la Ordenanza N 533 de la Municipalidad de Villaguay sobre conservación del Patrimonio, y en Colon la Ordenanza N 27/96 que protege el arbolado publico y el entorno natural y un proyecto, que ya debe ser ordenanza, también sobre la conservación del Patrimonio.

“Para hacer posible la necesaria integración se requiere un inventario de edificios, conjuntos arquitectónicos y sitios demarcando las zonas protegidas alrededor de ellos.”<sup>2</sup>, Algo de esto es lo que ya está hecho, y es una base de apoyo importante para continuar en otros sitios donde aún no se ha completado el trabajo

---

<sup>2</sup> “Declaración de Amsterdam.” - 1975.

de inventario y además nada mejor que esta herramienta para conocer lo que se tiene y sobre ello poder actuar.

En todos los casos es necesario además, legislar sobre la base de lo particular, lo singular y lo estrictamente definitorio del espíritu de cada pueblo o aldea; es lo que se denomina como recomendaciones particulares. Estas recomendaciones deberían pasar a ser restricciones con fuerza de ley y/u ordenanza; a los fines de salvaguardar ya sea el carácter particular de un trazado urbano, el entorno natural u otra característica que defina la identidad de un pueblo, un sitio, una manzana o una calle.

En este trabajo se realizan recomendaciones particulares que serán hechas para cada uno de los poblados oportunamente determinados como significativos y que son: - Basavilbaso; - Villa Domínguez y - Pueblo Liebig.

#### **Basavilbaso:**

- Promulgar una ordenanza municipal referida a la preservación del patrimonio cultural, industrial y natural.
- Realizar un inventario del patrimonio arquitectónico del pueblo, que debe servir como documento para la confección del programa de desarrollo urbano y de la ordenanza municipal. El inventario es necesario actualizarlo periódicamente.
- Realizar un programa de desarrollo del pueblo que establezca la necesidad de un crecimiento orgánico de la planta urbana. Ya que la falta de planificación en este sentido ha generado unas zonas mas desarrolladas que otras, lo que en el mediano y largo plazo se hace visible en el deterioro y la degradación de un sector y de sus edificios, respecto de los otros.
- Consensuar con la empresa que explota el corredor mesopotámico las bases para la elaboración de un programa de refuncionalización del área ferroviaria..
- Elaborar un programa de refuncionalización especial para toda el área ferroviaria, el equipamiento y su entorno. El plan debe poner énfasis en el rescate de dicha área, pero principalmente en la presencia que tiene el trazado del ferrocarril en la planta urbana y la forma de recuperar su espíritu original.

- Reforzar la presencia del Boulevard San Martín por medio de la forestación, la señalización, la instalación de un mobiliario urbano acorde e iluminación adecuada. La ausencia de una plaza tradicional; ubicada en el centro de la planta urbana como ordenadora y generadora de la misma; hacen necesario estas obras, para recuperar el verdadero lugar de encuentro de la gente y escenario de manifestaciones culturales.
- Elaborar una normativa para los bordes del boulevard San Martín, tendiente a la conservación de frentes; las alturas, de cornisa, de coronamiento y de basamento; el carácter estilístico y todo aquello que signifique destruir el carácter original del área. Una plaza está conformada por sus bordes construidos, eso compromete a trabajar no solo con el espacio plaza sino también con su entorno.

#### **Villa Domínguez:**

- ***Promulgar una ordenanza municipal referida a la conservación del trazado urbano y de su singular característica, única en Argentina.***
- ***Realizar un programa de desarrollo urbano que determine un crecimiento del ejido que guarde una coherencia estética y ética con del trazado original.***
- ***Consolidar los bordes de la plaza circular (principal) para un mejor lectura del espacio central de la planta urbana; ya que algunos de los edificios que rodean la plaza al estar retirados de la línea municipal y no guardar ninguna coherencia constructiva entre sí, desdibujan ese espacio. La forma de consolidar los bordes de dicha plaza debe ser estudiada exhaustivamente y consensuada con toda la población.***
- ***Realizar el arreglo de las veredas y la pavimentación de las calles. Esta es una muy buena oportunidad para buscar una alternativa al ya conocido y utilizado asfalto para pavimentar las calles. Ese solado alternativo puede servir para otorgarle al pueblo un carácter distintivo, respecto de los demás. En el análisis de costo se deberá estudiar no solo la inversión inicial, sino también la necesaria para el mantenimiento y su reparación llegado el momento.***
- ***Realizar una completa señalización en todo el pueblo para la mejor orientación de pobladores y visitantes.***

## **Pueblo Liebig:**

La conservación del patrimonio es ante todo un hecho cultural, toda manifestación cultural está determinada por la conciencia humana a través de la mente, el corazón y el alma, es lo que la hace tangible y merecedora de alguna clase de sentimiento; es la aceptación o no, el conocimiento o el desconocimiento lo que posibilita su valoración como tal. Para esto se debe:

- Promulgar una ordenanza municipal que frene los constantes y reiterados abusos cometidos contra los bienes, que si bien son privados forman parte de un conjunto que es de toda la comunidad.
- Consensuar con el actual dueño de la fábrica y de otros edificios de suma importancia dentro del pueblo la puesta en marcha de un plan de acción.
- Conformar un equipo de trabajo interdisciplinario para realizar un programa integral de desarrollo urbano que defina las acciones para la puesta en valor del patrimonio arquitectónico, industrial y cultural, teniendo en cuenta el corto, mediano y largo plazo; de cara al siglo XXI. Dentro de este programa se definirán los aspectos principales del "Programa Integral de Desarrollo y Preservación Urbana de Pueblo Liebig".
- Revalorizar su disposición en planta y su condición de pueblo portuario interviniendo en la costanera.
- Implementar un plan de saneamiento de la rivera, sobre todo en la barranca que se encuentra detrás de la fábrica, en la que hay depositada una gran cantidad de desechos provenientes de la misma, consistentes en latas y restos de metal en avanzado estado de oxidación, papeles y restos orgánicos. (Fotos 32 - 35).
- Reconstruir la manga de madera a través de la cual ingresaba el ganado. Este trabajo debe realizarse sobre la base de una documentación original (fotografía, memorias de la época, tradición oral, etc.), para llevar a cabo una correcta tarea. En este aspecto se facilita la cuestión porque los terrenos por donde estaba trazada la manga son municipales.
- Realizar con carácter de urgente tareas de consolidación de muros en el sector de los corrales, para detener el avanzado estado de deterioro. En este aspecto la documentación base es también fundamental. (Fotos 36 - 39).

Esta serie de acciones se deben realizar con carácter de urgente porque ya se ha intervenido en varios sectores del pueblo sin el más mínimo respeto por el

pasado; sin la conciencia de comunidad que define a los habitantes de una población por SER diferentes y no PARECER diferentes.

### **Aldeas alemanas:**

La conciencia de lo que se tiene como bien patrimonial es mayor en las aldeas alemanas, esto tiene que ver con la presencia de una gran cantidad de descendientes de inmigrantes que aún permanecen allí. Esto significa que el programa de puesta en valor y desarrollo urbano debe ser distinto y contemplar:

- La recuperación del patrimonio intangible para que no se pierda la herencia cultural que los inmigrantes legaron a sus hijos.
- Revalorizar la característica de la traza de sus calles y la relación que tienen en algunas de las aldeas con el entorno natural adaptado; en especial en las Aldeas Valle María, Brasilera y María Luisa.
- Elaborar un "programa verde" de mantenimiento y cuidado de las especies arbóreas. Dentro de dicho programa debe estar contemplado la confección de un inventario de las diferentes especies, que puede ser realizado perfectamente por estudiantes, con el asesoramiento de personal idóneo.

"La conservación de un monumento en su conjunto implica la de un entorno a su escala. Cuando el entorno tradicional subsiste, éste será conservado, y toda construcción nueva, toda destrucción y todo arreglo que pudiera alterar las relaciones de volumen y color, deben prohibirse."<sup>3</sup>

#### **2.1.4.3. Inversiones Estimadas en edificios**

##### **Sinagoga Beth Abraham - Basavilbaso. (Anexo - FICHA N°3).**

Requiere un trabajo de obra previo intenso, sobre todo en los cimientos y en el cielorraso. El problema principal en los cimientos es poder detener la acción destructiva de las hormigas que al oradar la tierra, la "esponjan", se pierde así la homogeneidad natural y presenta entonces un serio inconveniente para la estructura que está toda asentada en tierra.



En el cielorraso hay que detectar las posibles filtraciones de agua, hacer un recambio de las chapas y revisar la estructura portante del techo. Esto es necesario previo a cualquier operación que se realice en su interior y además para proteger los objetos, muebles y las pinturas aplicadas sobre las paredes de la misma.

Todas las modificaciones que se detectaron deben ser revertidas siempre y cuando existan los documentos probatorios, sean estos planos, fotografías, escritos o dibujos de época, hasta ahora no encontrados. Como por ejemplo las ventanas superiores de la fachada principal han sido cambiadas y existen fotografías antiguas que así lo testimonian.

Con posterioridad a todos los trabajos de puesta en valor y acondicionamiento en cuanto a instalaciones, se requerirá un asesoramiento museológico para la clasificación, preparación, montaje y guardado de las piezas a exponer.

Este edificio puede bien funcionar como "Sinagoga Museo" o armar un museo, referido a las colonias, o al tema religioso específicamente, o cultural; en lo que alguna vez fue una sinagoga.

Para la Sinagoga Beth Abraham con una superficie cubierta total de 132 m<sup>2</sup>., se estima el costo de puesta en valor del edificio en \$ 76164.- (\$ 577. - m<sup>2</sup>); y para la restauración de los objetos y arreglos en el terreno una suma de \$ 60932. - lo que lleva la inversión a \$ 137096.

### **Sinagoga Colonia N°1 - Basavilbaso. (Anexo - FICHA N°7).**

Su estado de conservación es regular, los trabajos de obra más importantes deben ser realizados en los cimientos, para solucionar el descenso de los mismos en algunos sectores; estos desajustes no son graves pero considerando la antigüedad del edificio y que seguramente el método constructivo con el que están

---

<sup>3</sup> Art. 6.-Carta Internacional sobre la Conservación y Restauración de los Monumentos y los Sitios. Carta de Venecia. Boletín ICOMOS/Argentina.

realizados es del tipo de los asentamientos en tierra al igual que la unión entre los ladrillos; es pertinente una intervención no lejana en el tiempo.

El costo de puesta en valor de la Sinagoga de Colonia N°1, con una superficie cubierta de 84 m<sup>2</sup> y una semicubierta de 42 m<sup>2</sup> (tomada al 50% para el cálculo), da un total de 105 m<sup>2</sup>. se estima un costo por m<sup>2</sup> de \$ 550.- para los ítems que inciden en la construcción y no la restauración de los objetos ni del parque. La recuperación edilicia se estima un monto global de \$ 57750.- y un monto similar para las restauraciones, lo que asciende a \$ 115500.-.

#### **Farmacia "Dr. Noé Yarcho". Villa Domínguez. (Anexo - FICHA N°47).**

La tarea prioritaria es efectuar un inventario de todas las piezas que contiene el museo y de toda la documentación existente en el archivo, inclusive las publicadas en otros idiomas. Para esto se debería contar con traductores o pedir apoyo a instituciones relacionadas con cada una de las colectividades (Rusa, Polaca, Lituana, etc.). Resulta imprescindible el asesoramiento museológico, artístico para los trabajos de restauración de tela, papel, fotografía, madera, hierro, etc. y ambiental (temperatura - humedad) para la adecuación del edificio en beneficio de las colecciones.

Un viejo anhelo de la Dirección del Museo y de la Asociación Amigos del Museo es la ampliación de sus instalaciones para la correcta exposición de los objetos y la posibilidad de mostrar aquellos que hoy están guardados por falta de espacio físico. Es sumamente importante esta propuesta y sobre todo necesaria, pero también lo es la restauración y puesta en valor del edificio original. Porque se debe construir lo nuevo sin descuidar lo viejo, esto dicho no de manera peyorativa. Por eso se debe estudiar y analizar en forma y fondo cual es la mejor propuesta para desarrollar, porque el edificio original ya está construido y el deber de todos es mantenerlo en pie con la mayor dignidad posible.

La superficie cubierta del museo es de 160 m<sup>2</sup> y la semicubierta de 6 m<sup>2</sup> (tomada al 50%), da una superficie total de 163 m<sup>2</sup>., cuya recuperación edilicia se estima en \$ 54418.-. No está incluido en este costo la ambientación climatológica

especifica para este caso. Tampoco se incluyen los costos de inventario, clasificación, ni restauración de las colecciones.

**Casa Díaz Cora - San José. (Anexo - FICHA N°30).**

Esta propiedad y la casa Bard tienen un costo de expropiación o compra por parte de las autoridades municipales o provinciales, para incorporarla al patrimonio del museo, que no ha podido obtenerse por causas que exceden al equipo técnico.

Siguiendo el esquema de razonamiento aplicado hasta ahora, se concluye que la propiedad de 317m<sup>2</sup>, necesita una inversión de \$ 115452, para la puesta en valor del edificio.

**Casa de la familia Metz - Aldea Eingelfeld. (Anexo - FICHA N° 83).**

La superficie total de la casa Metz es de 77 m<sup>2</sup>, con una inversión necesaria de \$ 44403.-. El resto de las casas de las aldeas alemanas necesitan para su recuperación montos similares, y algunas entre un 10% y 20% menos. Estos números no incluyen los costos de expropiación o compra.

**Estación Ferrocarril. - Ubajay. (Anexo - FICHA N°41)**

La superficie cubierta es de 177 m<sup>2</sup>, la semicubierta de 100 m<sup>2</sup> (tomada al 50%) y la superficie del módulo de los baños de 9 m<sup>2</sup>, lo que da un total de 236 m<sup>2</sup>. El costo total de recuperación edilicia es de \$ 71626.-. No se incluyen los costos de adecuación de las instalaciones para museo ni del entorno.

**Pueblo Liebig. (Anexo - FICHA N°58).**

Las características generales y particulares del pueblo demandan más que una estimación puntual de costos de inversión en recuperaciones parciales o puntuales, la realización de un plan de desarrollo integral que contemple como mínimo los aspectos urbanísticos, arquitectónicos, de evolución socio - económica, el que incluye la explotación turística. Un plan Maestro de estas características tiene un costo estimado en el mercado que oscila entre los \$60000 y \$ 100000 aproximadamente. Intervenir parcialmente el Pueblo sin este instrumento coordinador del desarrollo es comprometer su situación actual aún más.

A esta situación debe agregarse el problema de la tenencia de la propiedad, pues mas de 50% del pueblo es propiedad privada, especialmente teniendo en cuenta que en ese porcentaje se incluyen los espacios y edificios que pueden generar actividades productivas para la población.

Sólo a modo de ejemplo se incluyen datos de las necesidades de inversión tipo, para algunos de los servicios turísticos propuestos en el presente estudio. Por ejemplo:

- Hotel de 4\* en The Mess. Costo de mercado por habitación que incluye servicios generales y equipamiento exigido por la legislación y el mercado. Puesta en valor y remodelación. Entre \$ 15000 y \$ 20000 por habitación.
- Restaurante y confitería. Costo estimado de mercado por capacidad con servicios standard y bueno, considerando la puesta en valor, remodelación y equipamiento, tendría una inversión estimada en \$ 52000 para una capacidad de 20 personas; \$133.400 para 50 personas. (Equipamiento Gastronómico - Anexo Documentos).

En cuanto a la restauración de objetos, ya sean de papel, tela, bronce, madera, etc.; es imposible predeterminedar los costos de puesta en valor sin que antes un experto o un restaurador de obras de arte halla realizado los análisis de rutina para saber si, por ejemplo una tela esta deteriorada por acción de un agente biológico o por la humedad, sin conocer exactamente de que tipo de tela se trata, sin tener presente las condiciones del entorno en donde se encuentra el objeto y una serie de aspectos mas técnicos que son necesarios antes de realizar cualquier intervención sobre el bien en cuestión.

Estas diferencias que parecen insignificantes, hacen variar considerablemente los costos finales ya que los procedimientos, los materiales y las tecnologías a utilizarse en el proceso de restauración son muy diferentes de acuerdo a la patología de la que se trate.

### **3. PROGRAMA DE COMERCIALIZACION TURISTICA**

**3.1. Definición de los perfiles comerciales y de calidad que deben alcanzar los productos en cada temporada para competir en el mercado interno y externo. Pautas de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas para los públicos objetivos.**

**3.1.1. Definición de los perfiles comerciales y de calidad que deben alcanzar los productos en cada temporada para competir en el mercado interno y externo.**

Todos los diferentes elementos que hacen a este capítulo tienen una estrecha relación, y una importante dependencia, tanto respecto de las características de la oferta, como de las necesidades y características de la demanda y también de la competencia.

El objetivo central es posicionar turísticamente al área de estudio para:

- ◊ Generar ingresos de turistas
- ◊ Tender a que el gasto de los turistas que visitan el área de estudio sea el más alto que esté dispuestos a pagar
- ◊ Fomentar la repetición de los viajes
- ◊ Evitar una marcada estacionalidad.
- ◊ Brindar un horizonte de previsibilidad al sector privado

Existen, sin embargo, restricciones que dificultan la acción y que están vinculadas con la provincia, con el producto y con sus posibilidades de comercialización, si bien algunas de las cuales ya han sido señaladas, es conveniente analizarlas.

- **Accesibilidad**

Este es uno de los problemas de la región que afecta la adecuada comercialización. Las pocas frecuencias aéreas y su alto costo, impiden a las

empresas comercializadoras de los principales mercados emisores, desarrollar los productos del área.

Las líneas aéreas se han convertido en el motor vital de la industria turística mundial. La escasez de frecuencias y la situación monopólica de las compañías aéreas de cabotaje, trae como consecuencia un alto precio del transporte aéreo, y la pérdida de competitividad en la oferta global del destino.

El transporte terrestre, tampoco goza de la más adecuada infraestructura, especialmente por el estado de las rutas y caminos, más que por las flotas de ómnibus que están bastante actualizadas. El servicio ferroviario hace unos años ha dejado de funcionar para el transporte de pasajeros, y es el que une prácticamente todos los circuitos.

Por motivos que escapan al estudio, pues son de carácter general y afectan a todos los centros turísticos, el alquiler de automóviles tiene un precio prohibitivo. Por ello no se ha podido desarrollar el producto "fly and drive" que podría ser de singular importancia para el área.

Entonces, los productos turísticos de la zona de estudio tiene dificultades en su accesibilidad por su precio, por falta de opciones de transporte de aproximación y por características propias del producto.

- **Imagen de destino autoadministrado**

La provincia es uno de los destinos donde los turistas no compran los servicios que necesitan para la visita por intermedio de los canales de comercialización del turismo. Utilizan para ello mecanismos más primarios y menos eficientes basados en la compra directa, en su mayoría sin reserva previa. También suele hacerse referencia en esta imagen a los destinos donde los turistas consumen muy poco.

#### ♦ **Desinterés de la cadena comercial**

Existe escaso interés por parte de la cadena comercial respecto de iniciativas de estas características por el escaso margen de utilidad y el nivel de los servicios de la oferta.

#### ♦ **Promoción**

Las acciones de promoción y comercialización emprendidas por la región en los mercados emisores han sido dirigidas únicamente basándose en los atractivos naturales, carnaval y torneos de pesca, los que están aceptablemente posicionados.

#### • **Profesionalismo**

El mercado turístico, además de otros importantes cambios, está viviendo en los últimos años una creciente profesionalización. Esta nueva característica en el sector, es una necesidad frente a la diversificación de los destinos, a las nuevas modalidades de viaje, a nuevas modalidades operativas y comerciales y la creciente informatización de las empresas.

Al respecto, en reglas generales las empresas de la zona, se encuentran por debajo de los estándares de profesionalismo vigentes en el mercado, tal vez por el tamaño y organización de las mismas, de carácter familiar o que el turismo es su segunda fuente de ingresos. Este inconveniente ocasiona, especialmente, conflictos operativos y comerciales de importancia.

Los servicios de la región no gozan de crédito en los mercados emisores, de ser los más adecuados respecto a las necesidades y requerimientos de la demanda. Ello se debe a la poca variedad de alojamiento - o mejor dicho a la falta de servicios de alojamiento de calidad standard y superior - y a dificultades operativas provenientes del transporte de aproximación, la escasa variedad de servicios receptivos y su calidad.

#### • **Posicionamiento**

Las conclusiones expuestas precedentemente, llevan a considerar el tema del posicionamiento del producto en estudio. El producto no tiene, todavía, su

propia identidad para posicionarse en el mercado emisor, cualquiera sea su origen, pues prácticamente no existe.

Al analizar el **marco competitivo** se observa que se conjugan los siguientes elementos:

- Aún no tiene una imagen clara, definida, carece de identidad, no es una marca.
- No tiene presencia en los mercados emisores
- No responden los servicios a los requerimientos de la demanda en cuanto a calidad y cantidad.
- No ha superado las dificultades operativas.
- No tiene precios competitivos

- **En cuanto a las posibilidades de mercadeo**

⇒ El presupuesto necesario para una eficiente y efectiva promoción nacional e internacional debería ser enorme para poder atacar todos los mercados con la intensidad requerida por el desconocimiento del área de estudio.

⇒ La información disponible, provista tanto por la Secretaría de Turismo de la Nación, los Organismos Provincial, Municipales de Turismo y otros, tanto de la oferta, como de la demanda, es insuficiente para un análisis exhaustivo y que contemple todos los aspectos que se pueden presentar.

⇒ No existe información con un alto grado de confiabilidad sobre los mercados potenciales más importantes para el proyecto.

Tanto para las empresas comercializadoras de turismo, de los principales mercados emisores de Argentina, como para las canalizadoras del turismo receptivo extranjero, la región en estudio no tiene hoy un perfil propio como destino turístico.

En este punto debe tenerse en cuenta, muy especialmente, lo expresado respecto de la imagen, el profesionalismo, la accesibilidad, para entender los alcances de las dificultades comerciales de los productos del área.



Por otro lado, la falta de información sobre la zona, en los principales mercados emisores, colabora para completar el perfil desdibujado. Este elemento es de vital importancia ya que cada vez más, el turista no suele viajar a lugares de los cuales no dispone de adecuada información, sobre todo teniendo en cuenta, los adelantos en las comunicaciones, que han posibilitado que los consumidores potenciales estén acostumbrados a disponer de información sobre los destinos turísticos en cantidad y calidad, general y particulares.

En la definición de los **perfiles comerciales** se deberá tenerse en cuenta:

#### Respecto de los productos

- Deberán buscar recuperar elementos tradicionales.
- Deberán mantener una escala pequeña, o mediana
- Deberán evitar costosas inversiones
- Deberán ser auténticos

#### Respecto a su promoción

- ◆ Deberá realizarse en los actuales centros turísticos provinciales.
- ◆ Deberá resaltar el espíritu de respeto y re - descubrimiento de las tradiciones
- ◆ Buscará resaltar la autenticidad de los valores y los productos

#### Respecto del precio

- ◇ Respetando el principio que debe mantenerse en un libre juego entre la oferta y la demanda, los mismos deberán respetar valores de mercado dentro de la oferta de los centros turísticos y urbanos de la provincia.

#### Respecto a sus canales de comercialización

- ➔ Deberán utilizar los canales de comercialización de los centros receptivos – emisores de la provincia.
- ➔ Deberá tener en cuenta que la mayor parte de los turistas que visitan actualmente dichas ciudades son autoadministrados.

Por lo anteriormente expuesto surge claro que se deberá tender a desarrollar canales de comercialización entre quienes están en contacto con los turistas actualmente en los centros turísticos de la Provincia, entre los que se destacan:

- ⇒ servicios de alojamiento
- ⇒ estaciones de servicio de la zona
- ⇒ empresas de recreación
- ⇒ servicios y empresas de alimentación
- ⇒ Oficinas de información turística, etc.

A escala mundial y Argentina no escapa a ello, la oferta se enfrenta a un consumidor, que sabe mucho, porque ya tiene experiencia. El cliente potencial, tiene actualmente mucha información de lo que pasa en el mundo, y además - y esto es fundamental - la gran mayoría ya ha viajado. Es decir, como viajeros expertos, saben donde, como y para que viajar.

Los clientes en todas las actividades económicas, y el turismo no escapa a ello, están cambiando continuamente, por diferentes motivos entre los que se destacan los motivos generacionales, los culturales e incluso los motivos económicos. Estos cambios que sufren los turistas en sus consumos, están dando como resultado nuevas formas de viajes, como por ejemplo los viajes de solos y solas, el turismo alternativo, los viajes temáticos dentro de los que está el área de estudio. No escapa a esto, una mayor tendencia a viajar a un destino puntual; es decir ir a un solo lugar o a un solo país. Ello se está produciendo, en un contexto de pérdida de la fidelidad a los distintos destinos.

En cuanto a los hábitos de compra de los viajes también se pueden marcar importantes cambios. La experiencia indicaba, que antes los que decidían los viajes eran los jefes de familia. Esto ya no es tarea exclusiva del "jefe de familia". Los jóvenes han empezado a viajar sin sus padres y a decidir sus viajes, según su criterio, desde muy jóvenes.

Generalmente se considera que la competencia en turismo se produce entre destinos similares. Esta visión se basa en tratar de definir este tema desde el punto

de vista de la oferta. Ello pudo ser válido cuando el consumidor optaba exclusivamente entre destinos de características similares.

En este sentido es de destacar que existe cierta competencia que sólo aparece cuando algunas circunstancias la favorecen, como el tipo de cambio o las tarifas aéreas, etc. Por ello es preciso estar atento, no sólo porque puede aparecer en cualquier momento una competencia de estas características, sino porque si las condiciones permanecen, puede convertirse en una competencia permanente.

Sin embargo esto ha cambiado considerablemente. Hoy la competencia en turismo se manifiesta de manera más compleja y se inicia antes que el turista - consumidor decida el lugar donde viajará, es decir, que viaje comprará. Esta competencia empieza a manifestarse entre los distintos destinos, que tratan de comunicarle al consumidor la imagen del destino y sus opciones de realización, la identificación de su perfil como oferta turística.

Situación de la cual carece el área en estudio. Si bien la oferta turística es prácticamente inexistente, hoy es posible visitarla, siempre que se utilicen servicios de centros o localidades vecinas.

**El perfil de calidad de los servicios**, se define sobre la base de la necesidad de satisfacer los estándares que la demanda espera encontrar. Los productos que se vayan desarrollando no deberán, en una primera etapa, tratar de alcanzar perfiles diferentes a los que hoy existen en las distintas localidades provinciales, tanto para consumo local como los que se comercializan en el mercado turístico.

Como la provincia no se caracteriza por disponer de servicios de calidad, sería conveniente elevar un poco los estándares actuales. Mediante los mismos mecanismos que se proponen para la promoción, se buscará mejorar la calidad de año en año, ya sea con elementos que hagan a la infraestructura, al equipamiento, a los recursos humanos, a la capacitación del personal que tiene contacto con los turistas. De esta manera se encontrará la forma de adecuarse a los cada vez más

exigentes requerimientos de la demanda. Para ello deberá **concretar la aplicación de una metodología de investigación permanente acerca del grado de satisfacción que la demanda tiene del “uso” de la oferta.**

No existen parámetros claros por los cuales los productos deben alcanzar diferentes niveles o **perfiles de calidad en cada temporada**. Sin embargo, existen elementos que hacen a las características de cada producto que tienen relación a las distintas temporadas. Las premisas son que el turista tiene niveles de exigencia y estándares de confort que no está dispuesto a resignar, como tener aire acondicionado en verano, calefacción en invierno, limpieza y seguridad, entre otros.

En los últimos años los turistas argentinos desarrollaron una amplia experiencia en materia de viajes locales e internacionales. Esto generó importantes modificaciones en los hábitos, expectativas y en las exigencias que se empiezan a solicitar en los destinos de nacionales. Es por ello que en este campo corresponde resaltar que todos los participantes en proyectos de esta envergadura, deben mantener una actitud de constante evaluación acerca de los requerimientos que los turistas tengan, como de las necesidades específicas de la zona y del producto.

Respecto del mercado externo, la zona de estudio no presenta para una primera etapa productos de significación, ni de interés para la demanda, y por ende de los agentes comercializadores, a escala de consideración. Existe, eso sí, interés potencial para pequeños grupos de turistas de orígenes iguales a los comunidades.

Para una segunda etapa del proyecto sería posible interesar a grupos de exterior sobre la base de una profunda puesta en valor de los atractivos del área de estudio y de los servicios turísticos de la zona.

### **3.1.2. Pautas de Promoción, Publicidad y Relaciones Públicas para los públicos objetivos.**

La premisa fundamental para la definición de pautas de promoción, publicidad y relaciones públicas es tratar de generar un mecanismo que posibilite el accionar coordinado y conjunto entre los distintos sectores participantes del proyecto:

- Sector privado turístico de los centros receptores de turismo de la provincia
- Sector privado interesado en el desarrollo turístico de los centros receptores de turismo de la provincia.
- Empresas de servicios que se establezcan en el área de estudio
- Sector privado interesado en el desarrollo turístico del área de estudio.
- El Estado tanto en el ámbito provincial, como municipal en sus diferentes organismos con algún grado de interés y responsabilidad en el desarrollo turístico del área de estudio: Organismos de Turismo, Municipios, Dirección del Programa Comunidades, Organismos de Cultura, Museos, Vialidad Provincial, Otros
- Personas y entidades de los mercados emisores vinculados al área de estudio por diversos motivos.
- Colectividades, Asociaciones, Consulados y Embajadas de las diferentes corrientes migratorias.

Obviamente cuantos más participantes en este grupo existan, más posibilidad de generar mecanismos que aprovechen mejor la sinergia que tal unión posibilita. Es difícil poner de acuerdo a tantos participantes. Para ello, lo único posible es que todos acepten seguir los lineamientos de un programa compartido por todos en sus lineamientos y acciones, y que comprenda elementos como la promoción, comercialización, relaciones públicas, promoción de nuevas inversiones y, en suma, todo otro elemento que colabore al éxito de los productos turísticos del área de estudio.

La promoción de los productos turísticos, debería seguir la siguiente premisa fundamental:

- Asociarse a los fines de la promoción y comercialización con los destinos turísticos provinciales y zonales que reciben actualmente turistas.

- Asociarse por intermedio de las colectividades locales con las Instituciones, Fundaciones vinculadas al tema a nivel nacional.

#### **a) Medios audiovisuales y publicaciones**

- Edición de un catálogo del Patrimonio Cultural que incluya no sólo los edificios, sino también las colecciones de los Museos, las Fiestas y las Festividades Religiosas. Tal vez lo conveniente sería realizar uno por circuitos y a partir de éste por corriente migratoria.
- A partir del catálogo, editar folletos temáticos o por circuito y tipo de producto donde además de los atractivos naturales y culturales se incorporen las facilidades: equipamiento, servicios generales y turísticos, actividades turísticas y recreativas. Se sugieren algunos temas:
  - \* Las colonias desde.... Este folleto mostrará las alternativas que brinda el área de estudio desde cada centro receptor de turismo de la provincia
  - \* Opciones para inversores
- Material promocional e informativo de las distintas ciudades, poblaciones y destinos cercanos complementarios.
- Vídeos promocionales
- Calendarios de eventos

#### **b) Promoción y contactos de negocios**

- Organizar Viajes de miembros de las comunidades para conocer otros destino similares, difundir el programa en los centros emisores de la provincia y de Argentina
- Organizar Viajes de familiarización a la zona para grupos de :
  - periodistas especializados en arte, cultura, economía y turismo
  - líderes de opinión de las distintas comunidades
  - operadores turísticos que operen con la Provincia
  - operadores turísticos que operen con este tipo de productos
  - inversores potenciales
- Participar junto con la provincia en encuentros y ferias que reúnan los siguientes requisitos:
  - Masiva convocatoria de público

Que la zona, por diversos motivos, pueda despertar interés entre el público asistente

Que el evento permita promocionar y comercializar.

Al momento se considera que las opciones válidas en Buenos Aires, por los datos que se manejan, son:

- ♦ Feria del Libro
- ♦ Exposición Rural
- ♦ FIT - Feria Internacional de Turismo
- ♦ Feria de las Naciones

### **c) Pautas de relaciones públicas**

Las acciones buscarán posicionar los productos turísticos de la zona en cuestión, sin olvidarse de tratar de aprovechar los elementos sentimentales que el reencuentro con los ancestros tiene.

Al respecto, el libro de Roberto Gerchunoff "Los Gauchos Judíos" podría actuar como un elemento central en las acciones de relaciones públicas.

**3. 2. Estrategias de comercialización a corto y mediano plazo referidas a Productos, Mercados metas, Canales de comercialización y comunicación, acciones complementarias dirigidos al sector empresario local e inversionistas potenciales, necesidades de recursos técnicos, humanos y financieros.**

La primera estrategia es **divulgar el programa**, para poder generar los productos en el corto plazo. Esta es una de las tareas más importantes del Estado provincial. Para ello deberá elaborar una sola opinión entre todos los Organismos involucrados, entre los que no pueden faltar la Secretaría General de la Gobernación, que es la gestora de la idea a través del Programa Comunidades; el Organismo Oficial de Turismo de la Provincia, los Organismos Municipales de Turismo de las principales localidades de la Provincia, las Juntas de Gobierno, las

áreas de gobierno que entienden en los distintos programas y proyectos (Educación, Cultura, Vialidad, Obras Públicas, etc.).

Unificados los criterios gubernamentales, se ve imprescindible la **gestión para el otorgamiento de líneas financiamiento preferenciales** para contar con el apoyo de las oficinas de desarrollo económico provincial, de los Bancos de la Provincia, Fundaciones, Empresas, etc.

En este punto es conveniente redefinir el papel que les corresponde a los distintos protagonistas del turismo, básicamente al sector público y al privado, que deben funcionar como un equipo. En regímenes de libertad de comercio y bastante desregulados, como los que parecen imponerse en la región, es obvio que la única forma en que el organismo de turismo puede cumplir su papel de "Director Técnico del equipo" es conquistando el liderazgo del sector.

Un líder no se nombra ni es impuesto por la ley, es alguien que se ha ganado la confianza y el reconocimiento de sus seguidores. Por ello si se trata de elaborar las políticas de turismo para el sector público, en primer lugar es preciso elaborar las destinadas al sector privado. Es decir a organizar, coordinar y entrenar el equipo para obtener buenos resultados para todos.

Dadas las particulares del proyecto se propone la creación de **ente coordinador** cuya misión fundamental es:

- Impulsar el desarrollo de área de estudio como centro turístico, en especial como destino recreativo para los turistas que visitan la zona de influencia
- Fomentar los negocios entre los participantes y los turistas

#### **Objetivos para el corto plazo:**

- ♦ Promocionar el área de estudio como ámbito de turismo.
- ♦ Asesorar a los participantes e instituciones sobre las facilidades de la zona
- ♦ Apoyar las acciones promocionales y gestiones que realicen o deban realizar las instituciones y empresas participantes en la oferta del área como destino turístico y en busca de financiamiento



- ◆ Detectar las necesidades de actualización de la planta receptora y de capacitación de los recursos humanos
- ◆ Participar en las misiones comerciales que se organicen

### **Plan de tareas para el corto y mediano plazo**

- ⇒ Acciones de consolidación interna, para crear el sentido de pertenencia, la participación y la inversión.
- ⇒ Definir el sistema presupuestario y financiero
- ⇒ Crear un banco de datos de las instituciones, inversores, líderes de opinión, agentes de comercialización, y del mercado
- ⇒ Impulsar toda realización que colabore al éxito del plan y de la zona como destino turístico.
- ⇒ Planificar y organizar acciones hacia el mercado y al área de estudio para generar negocios. Promoción y contactos de negocios
- ⇒ Investigación y desarrollo. En este campo se deberá trabajar con la provincia y los municipios buscando profundizar continuamente sobre:
  - ◇ **Estudio de mercado:** estudio permanente para conocer la competencia, los mercados reales y potenciales y ajustar la segmentación de los prioritarios, secundarios y potenciales para encontrar los nichos más favorables para el corto y mediano plazo.
  - ◇ **Estudio de producto:** análisis crítico del producto para alcanzar los estándares nacionales e internacionales requeridos, según corresponda.

Se considera oportuno fijar **lineamientos estratégicos básicos** que den el marco conceptual del accionar. Se considera que los mismos deberán ser los siguientes:

- En el plazo inmediato interesar a inversionistas para desarrollar oferta
- En el corto plazo orientar la generación de la oferta turística sobre la base de las estructuras ya existentes
- A corto plazo desarrollar pocos mercados para favorecer la rentabilidad.

- Posicionar la zona de estudio de modo coherente con los segmentos de mercado seleccionados.

La concreción de la venta de un destino, pasa por captar la decisión individual e íntima del turista, debiendo tener en cuenta las causas que inciden en la toma de decisión de compra:

1) por motivación, o sea por similares atractivos, cercanía geográfica o las mismas actividades en distintos destinos turísticos. Aquí se pone el énfasis para determinar el perfil y la competencia en la oferta en las particularidades que el destino haya sabido incorporar y la calidad de sus servicios.

2) por similitud de distancia - precio, es decir, similar distancia (tiempo de viaje) o precio (distancia económica) o ambos factores conjuntamente. La competencia la determina de esta manera no la oferta, sino la demanda, el perfil alcanzable lo determina la oferta.

3) por tipología de la oferta, algunos de sus componentes, la calidad del servicio, las comodidades del transporte y la seguridad del destino, son elementos complementarios que influyen la definición del perfil al momento de la selección del destino.

De las **Estrategias de comercialización a corto y mediano plazo** es la principal; una vez puesto en valor los atractivos; en la primera etapa, centrarse en captar el grueso de visitantes desde los centros turísticos provinciales ya desarrollados. La presencia en señalización, material informativo, material promocional, radios locales y zonales para llegar al turista, y el contacto personal con la comunidad que es prestadora de servicios e inversora potencial.

Complementariamente y como estrategia secundaria se desarrollaran canales de comercialización directamente con las entidades vinculadas a las comunidades que dieron origen a las localidades en cuestión (Alemanes, Judíos, Vascos, etc.). Para ello será de suma utilidad sumar a los residentes en los

mercados emisores, oriundos de la zona y/o de la Provincia, a las escuelas, universidades y organismos intermedios de las colectividades.

**La estrategia de productos**, debe orientarse a:

- ⇒ Interés por visitar la zona de estudio.
- ⇒ Oferta de servicios que posibilite prolongar la estadía en la zona. Esto se debe a que actualmente prácticamente no existen servicios para el visitante.
- ⇒ Generar mecanismos que posibiliten mejorar los productos mediante:
  - Créditos.
  - Capacitación.
  - Asistencia técnica.
  - Estudios de mercado, especialmente sobre la demanda, sus expectativas y experiencias
  - Otras.

**La estrategia de los canales de comercialización**, debe en la primera etapa, la individualización de los canales de comercialización. En principio hay se destaca que prácticamente no existen canales de comercialización profesionales que posibiliten insertar los productos y obtener los réditos esperados. Sin embargo existen con diferentes empresas intereses comunes, lo que, en principio, convierten a las mismas en el canal de comercialización posible : Agencias de Viajes de los centros turísticos, Empresas de Transporte interurbano, Hoteles, Empresas productoras del sector primario, entre otras.

Seguramente será necesario crear la estructura comercial y receptiva capaz de competir y de ofrecer los productos, en los centros receptivos de la provincia, en la primer etapa y los centros emisores de Argentina ya en este informe. Será necesario generar además mecanismos de comercialización especiales para cada producto que se desarrolle por segmentos.

Si bien no existe información que permita cuantificar exactamente los mercados que son pasibles de ser motivados por una oferta de este tipo, se pueden encontrar parámetros por los cuales definir las características de ellos.

Los **Mercados Meta** de los proyectos de la zona de estudio deberán reunir las siguientes características, en la primera etapa:

- \* Deberán alojarse en algún sistema de alojamiento de los centros turísticos de la provincia.
- \* Deberán llegar en auto.
- \* Deberán estar dispuestos a explorar nuevas alternativas de recreación, y revivir experiencias del pasado.
- \* Deberán tener vinculación directa o indirecta con las culturas de los inmigrantes.

En forma secundaria se deberá centrar la estrategia en las comunidades de los distintos orígenes de la zona de estudio, a los que se contactará mediante las organizaciones e instituciones de las mismas.

**La estrategia de canales de comunicación**, en la promoción, difusión y comunicación deberá argumentar con elementos vinculados a las características propias de la zona y los productos, no deben faltar los propios del territorio, la flora, la fauna, la gastronomía, las diferencias étnicas, las distintas tradiciones, etc., evitando argumentos vinculados al sol y sobretodo el precio. Además se deberá tender a atacar al turista en dos momentos:

Cuando define su viaje: Para ello será necesario tener una fuerte inserción de la zona y sus productos en los medios de comunicación masiva y la prensa especializada en turismo. De esta manera la zona y sus productos ya son tenidos en cuenta por el turista al elegir el destino.

Cuando visita el área: El turista desde que llega a la provincia deberá tener continuamente comunicaciones promocionales respecto de los productos del área de estudio. Complementariamente deberá también disponer de información en las oficinas de informes, los lugares de alojamiento y los museos, así como en todo otro ámbito que reúna una importante cantidad de turistas.

Una parte importante de la demanda de los productos del área de estudio pueden ser consumidos por residentes en la provincia de Entre Ríos, a los cuales

también hay que mantener informados mediante una activa acción de comunicación en medios de comunicación masiva, escuelas, asociaciones, clubes.

### **Acciones complementarias**

La acción deberá contemplar que los empresarios son miembros de la comunidad local y por lo tanto también se deben realizar acciones para posicionar en toda la comunidad las ventajas del plan.

Para ello se debe divulgar el proyecto con el objeto de que sea participe toda la sociedad, y en especial su sector dirigente, en su ejecución, continuidad y permanente control.

De la misma manera se buscará motivar a los empresarios locales de todas las ramas a tener una actitud proclive para involucrarse en la actividad turística. Ello se debe a que pueden jugar en la misma dirección del plan iniciativas empresarias de otras áreas productivas como plantas fabriles o establecimientos agropecuarios de la zona, por ejemplo.

### **Líderes de opinión**

Este segmento es importante y se requiere que tengan una actitud positiva hacia la propuesta y la actividad turística, por la forma en que es considerado por la opinión pública. Por lo tanto será de vital importancia su visión positiva de las iniciativas que se tengan al respecto.

### **Prensa**

La prensa de la zona debe elaborar y difundir una visión positiva de la actividad turística emitiendo mensajes sobre los objetivos para que se valore esta actividad y que trascienda a todos los otros segmentos objetivos.

Tanto en los segmentos líderes de opinión y prensa, no sólo hay que considerar a los residentes en la provincia, sino también a los naturales de ella que viven y trabajan en los grandes centros emisores ( Buenos Aires, Córdoba, Rosario,

Santa Fé, Mendoza, entre otros) que son profesionales reconocidos y escuchados por el público.

### **Sector educativo**

Este segmento deberá ser considerado tanto globalmente en la escuela primaria, secundaria y terciaria y universitaria, como en las carreras específicamente turísticas, fomentando todas aquellos elementos que hacen ver la zona como destino turístico.

Ya se ha expresado además, el importante rol de la educación especializada y la capacitación profesional para la concreción de la idea por lo tanto la participación de los sistemas educativos es fundamental y dependerá de las gestiones oficiales que se realicen con los interlocutores válidos del sector.

### **El sector turismo**

Como es obvio este es un sector fundamental para el logro de los objetivos, pero se debe tener especial cuidado de tener claro, y transmitirlo, que la porción de este segmento que se valora es el que participa en la recepción de turistas en la zona. Este debe ser el gran aliado para este plan globalmente y también su principal defensor y continuador.

Si bien los segmentos antes mencionados forman parte de la comunidad, se debe tener en claro que sin el convencimiento y acompañamiento de la comunidad, potenciar el desarrollo de la actividad turística en la zona tendrá pocas posibilidades de éxito y continuidad.

Respecto a los inversionistas para los proyectos, se deberán crear las bases para que mismos sean residentes en la misma área. De esta manera, en principio, será más sencillo preservar los verdaderos valores históricos y culturales y habrá un mayor compromiso.

Dentro de los posibles inversionistas, parece apropiado tratar de aprovechar estructuras creadas con otro fin, como las cooperativas agrícolas o las asociaciones

de una etnia, para generar estructuras o empresas de aprovechamiento turístico inspiradas en el proyecto.

Las estructuras de incentivo provinciales y las posibles de la Nación, deberán hacer un esfuerzo para posibilitar el acceso de personas interesadas en los incentivos, como tasas de interés preferenciales, períodos de gracia en líneas de crédito, o asistencia técnica, exención impositiva durante el período de inserción empresario, por ejemplo.

Además será posible captar inversionistas fuera del área de estudio. La divulgación de la existencia de un plan para estas comunidades va a colaborar a motivar a posibles inversionistas. Muchos de ellos podrán interesarse en un primer momento por motivos sentimentales, por lo que será de vital importancia el divulgar estas opciones en el ámbito de las comunidades residentes en otras localidades, especialmente en los grandes centros urbanos del país.

Dentro de estas acciones deberían contemplarse generar mecanismos para solucionar deficiencias de otro tipo, como por ejemplo management, financiamiento parcial, tecnología, etc. Una de las acciones concretas es que se realice y publique un registro de proyectos, en el cual se describan los requerimientos físicos, técnicos, humanos, etc.

El principal déficit de la zona en materia de recursos humanos es la necesidad de tener recursos capacitados. Es por ello que en este punto que se requiere generar una fuerte estrategia para la formación de recursos humanos.

Complementariamente se deberá intentar generar un sistema de intercambio de experiencias entre los recursos humanos que trabajan en emprendimientos de la zona de estudio.

La acción en este campo debe repartirse dentro de todos los campos relacionados con dicha formación y todos las entidades y organizaciones intervinientes, buscando:

1. Generar planes de estudio de carreras relacionadas con la actividad turística que satisfagan las necesidades del sector privado.
2. Fomentar la realización de cursos destinados a cubrir las necesidades de capacitación en cuestiones operativas de las empresas vinculadas con la actividad turística, como por ejemplo las operadoras receptoras, los servicios de alojamiento y alimentación y el transporte local de uso turístico.
3. Tender a la concreción de cursos de actualización profesional y perfeccionamiento destinados a los empresarios y gerentes de la actividad turística.
4. Aprovechar los esfuerzos que ya realizan las entidades y los particulares

El detalle del programa educativo ya ha sido detallado en Proyectos Prioritarios.

En el campo financiero se concentran las acciones destinadas a la elaboración del presupuesto global, la asignación por programa o proyecto y la coordinación con los organismos ante los que se gestionaran los recursos. Las necesidades pueden ser satisfechas por los organismos nacionales, provinciales o municipales vinculados con el estudio. La propuesta exige una serie de inversiones y financiamiento que deben ser requeridos a instituciones nacionales e internacionales externas al proyecto.

En el estudio de factibilidad se desarrolla una evaluación por proyecto y global que puede servir de punto de partida para la determinación de necesidades de financiamiento.

Se recomienda considerar a los inversores locales en primer término, cualquiera sea su actividad actual, las líneas de créditos nacionales, y evaluar las líneas de crédito de los países ligados a las corrientes migratorias involucrados en los proyectos a través de los consulados y agregadurías comerciales. Para facilitar la gestión, en el Punto 5 se efectúa una síntesis de las entidades que pueden participar en este tema y los requisitos para acceder a ellos.



#### 4. FACTIBILIDAD TÉCNICO - ECONÓMICA DEL PROGRAMA Y LOS PRINCIPALES PROYECTOS. FORTALEZAS Y DEBILIDADES. SE SEÑALARAN LAS PRINCIPALES RESTRICCIONES SOBRE LA QUE HABRÁ DE TRABAJARSE LA PROPUESTA.

Los estudios efectuados permiten concluir que existe una imperiosa necesidad de la provincia en implementar - en el corto y mediano plazo - un conjunto de acciones concretas a fin de potencializar los numerosos atractivos previamente analizados y descriptos.

Para lograr resultados efectivos dirigidos a mejorar la calidad de vida de todas las comunidades involucradas, es requisito indispensable hacer una inteligente planificación que, siguiendo métodos científicos, y orientándose de lo general a lo particular, contemple en orden gradual y temporal los objetivos mediatos e inmediatos a llevar a cabo, con una clara visión estratégica.

Se analizan algunos aspectos del macro - entorno que hacen al análisis F.O.D.A. - Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas -.

Se efectúa una enumeración de **fortalezas** para la implementación del programa:

- Variedad de atractivos turísticos, recreativos y culturales;
- Bajo nivel de sustitución del producto turismo de colectividades;
- Creación de nuevas fuentes de trabajo con rica generación de empleos, ya que el proyecto prevé la creación de organizaciones dedicadas a la prestación de servicios;
- Cercanía de los principales centros emisores de turismo;
- Clima benigno y atractiva geografía, con abundante flora y fauna, que han creado la imagen exuberante que posee la provincia;
- Accesibilidad del proyecto por su composición en un variado abanico de micro - emprendimientos, pequeñas y medianas empresas;

- Existencia de inversores potenciales locales;
- Posibilidad de desagregación gradual y temporal del programa en sus diferentes proyectos;
- Sinergia global del programa que potenciará los ingresos de los actuales centros turísticos de la región y de los que paulatinamente se vayan agregando, elevando el perfil turístico de la provincia.

Entre las **oportunidades** analizadas, se encuentran las siguientes:

- Tendencia generalizada a turismo de fines de semana;
- Creciente valorización por parte de la demanda de las riquezas naturales;
- Sostenido crecimiento de la demanda estimado en un 5% anual;
- Ubicación estratégica dentro del marco del Mercosur;
- Voluntad institucional de crear planes de desarrollo;
- Variedad de fuentes de financiamiento existentes;

Se evalúan las **restricciones** del proyecto, comenzando por analizar las debilidades intrínsecas del programa global, a saber:

- Promedio de estadía actual económicamente poco atractivo por su escasa extensión y por el exiguo consumo promedio por turista;
- Ausencia de un marco legal local para el mantenimiento y/o recuperación del patrimonio natural, arquitectónico y cultural de la provincia;
- Falta de homogeneidad en los procedimientos de recolección de datos referentes a la demanda turística por parte de las diferentes localidades;
- Débil conciencia social de la importancia económica del turismo;
- Escasez de instituciones dedicadas a la capacitación de mano de obra especializada en tareas relativas al turismo (tales como: guías de turismo, gastronomía, hotelería), así como también: artesanías, restauración y recuperación del patrimonio artístico y cultural, museología, bibliotecología, entre otras y de modo relevante cursos intensivos sobre gerenciamiento de micro - emprendimientos.

Finalmente se tienen en cuenta las siguientes amenazas del entorno existentes a la fecha, a saber:

- Difícil situación económica actual;
- Peligro latente de inundaciones en las zonas de influencia del programa global y regiones circundantes;
- Imagen de peligrosidad que posee la Ruta No. 14;
- Escasez de destinos provinciales conectados a través de transporte aéreo comercial; terrestre y fluvial;
- Exodo de los descendientes de las corrientes inmigratorias a centros urbanos;

A partir del marco general analizado precedentemente, se procede a efectuar un conjunto de recomendaciones para la implementación del programa, cuyo cumplimiento ha sido tomado como base para el posterior análisis de factibilidad técnico - económica, consistente en una propuesta metodológica para la puesta en marcha en etapas de los diferentes aspectos que integran el programa global:

1. Desde la presentación del programa integral a las autoridades de la provincia, se deberá iniciar la difusión del proyecto y sus consecuentes beneficios sociales a través de líderes de opinión y comunicadores sociales locales.

Estas acciones pueden obtenerse sin costo y asegurarán el compromiso, a nivel comunidad, necesario para poner en marcha el programa.

2. El segundo paso será la creación de una comisión interdisciplinaria de coordinación y seguimiento del programa global. Para ello será necesaria una integración horizontal y vertical del las Secretarías de Gobierno involucradas.

Esta comisión dará a conocer periódicamente el grado de avance de los diferentes proyectos para afianzar el compromiso y motivar a las comunidades participantes; procurando mejorar de la competitividad interna y sensibilizando a toda la población. Debe lograrse que este paso no genere costos de operación.

3. El tercer paso es la organización de cursos de capacitación para abastecer de mano de obra especializada en los temas de interés para el programa global, tales como:

- a) hotelería, gastronomía y guías de turismo;
- b) artesanías;
- c) cursos de restauración y recuperación del patrimonio artístico y cultural, museología, bibliotecología;
- d) cursos de apoyo a la puesta en marcha de micro - emprendimientos.

Todos estos cursos podrán ser dictados por entidades públicas y/o privadas, siendo la variable distintiva los costos de cada opción.

Las temáticas de a) podrán ser incluidas como materias tanto en el bachillerato, las trayectorias técnicas como el polimodal, con la anuencia y bajo la coordinación del Ministerio de Educación. Para esto, será necesario interesarlos en su participación en el programa, a través de las proyecciones de puestos de trabajo a crearse a partir de los futuros emprendimientos empresarios que se perfilan en el presente trabajo.

Por otra parte, estos cursos también podrán ser dictados en forma privada a través de fundaciones culturales y educativas que constituyan, a tal efecto, empresarios locales.

Los cursos de artesanías y productos típicos deberían ser organizados y dictados por las mismas colectividades, de manera de asegurar el mantenimiento del propio acervo cultural.

Las carreras terciarias y universitarias que contemplan las áreas de conocimiento abarcadas en el punto c), deberán ser tenidas en cuenta por el Ministerio de Educación y las instituciones terciarias o universitarias, tanto públicas como privadas, como profesiones de interés local, con una atractiva salida laboral.

Se tomará para el análisis de factibilidad técnico - económica del proyecto integral de capacitación, el promedio aritmético entre \$6.- y \$ 30. - por hora de capacitación, obteniendo un valor de \$ 18. - por hora.

Estimando para una primer etapa de implementación del programa un total de 5.000 horas - cátedra requeridas, el presupuesto de capacitación para el primer período ascendería a \$ 90 000. –

En los períodos siguientes se tomará un valor de requerimientos de capacitación de 3.000 horas destinadas a mano de obra que se vaya incorporando, como así también para cursos de actualización y desarrollo de carrera de los ya capacitados inicialmente, lo que implicará un presupuesto necesario de \$ 54.000.- anuales.

4. La etapa siguiente será la puesta en marcha de micro - emprendimientos, como así también pequeñas y medianas empresas dedicadas a rubros de consumo turístico, privilegiando el sentido artesanal, tales como comidas, vestimentas y recuerdos típicos de cada lugar.

⇒ Los requerimientos **gastronómicos** del programa global se estiman en:

a) dos unidades gastronómicas de 200 m2 con un costo total por m2 de \$ 1 800.-, con una capacidad de 100 cubiertos simultáneos, que podrán localizarse en Basalvilbaso y Crespo y cuyo estudio de factibilidad técnico - económica se contempla en el Anexo - Cuadro N°10

b) cuatro unidades gastronómicas de aproximadamente 100 m2 cada una, a un costo de \$ 1000. - por m2, para una capacidad de 50 cubiertos simultáneos. Su estudio de factibilidad se encuentra en el Anexo - Cuadro No. 11

c) cuatro unidades gastronómicas menores, de aproximadamente 50 m2 que pueden emplazarse en casas típicas que se reciclen a tal efecto, generando así una actividad económica familiar con un bajo nivel de inversión, estimado aproximadamente en \$ 20 000.-

Estas unidades pueden ser destinadas a comidas típicas y a efectuar el servicio del té, como atractivo especial, todo esto con sencillos requerimientos de

equipamiento y prestación general del servicio. Su análisis de factibilidad económica se halla en el Anexo Cuadro No. 12.

Todo esto representa una inversión global para requerimientos gastronómicos de \$1.200 000.

- ⇒ Se estima además la necesidad de apertura de cuatro **locales comerciales** para exposición y venta de artesanías regionales de 50 m2 con un costo de \$ 500.- por m2 más una inversión para stock inicial de \$ 5 000. -, representan una inversión global para comercios de artesanías y recuerdos de \$ 120 000.- Su análisis de factibilidad económica se encuentra en el Anexo - Cuadro No. 13.
  - ⇒ También se ha previsto la existencia de dos micro - emprendimientos para la realización de **excursiones** a los atractivos que contempla el presente trabajo que trabajarán con los principales centros emisores de turismo (como las ciudades de Colón, Paraná y Gualeguay, entre otras).
  - ⇒ Este emprendimiento de fácil organización requerirá una inversión inicial básica para la adquisición de un auto - transporte de pasajeros tipo combi que ascendería a \$20. 000. -, no requiriendo local ya que puede trabajar en combinación con agencias y hoteles situados preferentemente en las localidades. El correspondiente estudio de factibilidad técnico - económica se halla en el Anexo – Cuadro No. 14.
1. Paralelamente al paso anterior se aconseja efectuar la puesta en valor de los edificios seleccionados en un proceso de tres sub - etapas comenzando por:
    - ◇ El Museo y Archivo Histórico de la Colonización en Villa Domínguez debido a la imperiosa necesidad de una urgente intervención por su estado actual, oportunamente descripto.

- ◊ La segunda sub - etapa estaría integrada por las sinagogas de Colonia No. 1 y Beth Abraham en Basavilbaso, como así también la Estación de Ferrocarril de Ubajay.
- ◊ Como última sub - etapa quedará la puesta en valor de las casas de las familias Díaz Cora en San José y Metz en la Aldea Eingelfeld, a efectos de tener el tiempo necesario para proceder a los trámites necesarios para su compra o expropiación, de la que depende el inicio de los trabajos.
- ◊ alguna de las casas podrá contemplar en el proceso de puesta en valor, su reciclado como posada, estilo "bed & breakfast", con una capacidad de aproximadamente cuatro habitaciones dobles, con una inversión de \$ 2 500.- por habitación.

Se plantea este tipo de explotación como un pequeño micro - emprendimiento familiar, cuyo análisis de factibilidad económica se encuentra contenido en el Anexo – Cuadro No. 15.

6. Se ha dejado como instancia independiente la puesta en valor de Pueblo Liebig, ya que se trata de un proceso de recuperación global de la planta urbana que deberá contemplar su desarrollo integral, lo que requerirá un análisis que abarque tanto los aspectos urbanísticos y arquitectónicos, como los de su desenvolvimiento socio - económico - cultural, donde allí se inserte la actividad turística como un efecto potenciador del posicionamiento urbano.

Ya en el presente trabajo se hace referencia a la necesidad de una profundización de estudios sobre el pueblo, como base sólida para elaborar luego un Master Plan a efectos de realizar una intervención del lugar que promueva su desarrollo respetando el valioso patrimonio histórico - cultural. El estudio de pre - factibilidad económica se incluye en el Anexo - Cuadro No. 16.

7. El último paso del programa consiste en un proceso permanente e ininterrumpido de difusión, promoción y comercialización activa de los productos

turísticos que constituyen los ejes del presente trabajo, a efectos de lograr una corriente activa y creciente entre las variadas ofertas turístico - recreativo - culturales y sus demandas reales y potenciales, actuales y futuras.

Las estrategias del plan de comercialización fueron analizadas oportunamente en el desarrollo del punto 3 del presente trabajo. Las mismas han de implementarse a través de una mancomunada acción entre el Gobierno, por intermedio de las Secretarías intervinientes y el sector privado.

Se estima que los costos del plan de difusión y comercialización serán en los dos primeros períodos, el 10% de los ingresos por ventas, siendo en los restantes períodos el equivalente al 6% de las ventas.

A continuación se enunciarán las bases técnicas tomadas en cuenta para las evaluaciones de factibilidad económica, a saber:

- \* Las proyecciones se efectúan tomando como unidad temporal el período anual.
- \* Se toma como plazo de análisis cinco períodos para emprendimientos comerciales de venta de artesanías, diez períodos para emprendimientos gastronómicos y quince períodos para empresas hoteleras. La tasa de corte inicial a utilizar será del 6%, considerando la baja generalizada de tasas de interés financiero para colocaciones tanto en el mercado local como en los mercados internacionales.
- \* Se realizará un análisis de factibilidad económica de tres proyectos gastronómicos modelo: uno de 200m<sup>2</sup> (aproximadamente para 100 cubiertos simultáneos), otro de 100 m<sup>2</sup> (aproximadamente para 50 cubiertos simultáneos), y el tercero de 50 m<sup>2</sup> en una propiedad existente, tomando un cubierto promedio de \$ 15.- para el primer caso, y de \$ 8.- en el segundo modelo, y finalmente, de \$ 6 en el tercero.



- \* Se toma para los emprendimientos gastronómicos, un porcentaje de ocupación inicial del 40% con un crecimiento esperado de la demanda de un 5% lineal anual hasta llegar a una ocupación promedio anual del 70% en que se mantendrá estable durante los restantes períodos.
- \* Se aplica un sistema de costeo estándar aplicable a empresas gastronómicas obteniendo un beneficio anual del 30% sobre el total de ingresos por ventas anuales. ANEXO – Cuadros No. 10, 11,12.
- \* Se efectuará un estudio de factibilidad económica para un proyecto tipo de micro - emprendimiento comercial para exposición y venta de artesanías y recuerdos regionales de 50m2 de superficie, tomando como beneficio inicial para el primer período de la explotación un monto de \$12 000.-, cifra cuyo crecimiento proyectado será de un 5% anual. Ver ANEXO – Cuadro No. 13.
- \* Se realizará un análisis de factibilidad económica para un micro - emprendimiento de prestación de servicio de excursiones locales, con una inversión inicial de \$ 20 000.- a un plazo cinco períodos anuales, con un volumen de ventas anuales de \$ 15 000.- y un beneficio del 40% de las ventas. ANEXO – Cuadro No. 14.
- \* Se planteará un estudio de factibilidad económica para un proyecto de posada de cuatro habitaciones dobles a modo de emprendimiento familiar, con una inversión por habitación de \$ 2 500.- y una tarifa de \$ 50.- por habitación. ANEXO – Cuadro No. 15.
- \* Se delinearé, a modo de proyección preliminar, el estudio de pre - factibilidad de un emprendimiento hotelero en Pueblo Liebig, con categorización de cuatro estrellas y capacidad de 50 habitaciones dobles a un costo de \$ 20 000.- por habitación aproximadamente y con una tarifa estimada de \$ 80.- por habitación. ANEXO – Cuadro No. 16.

- \* Se toma para los emprendimientos hoteleros una ocupación promedio anual inicial del 40% con un crecimiento lineal anual del 5% hasta llegar al 70% en que se mantendrá estable para los restantes períodos de análisis.
- \* Se empleará un sistema de costeo estándar aplicable a la industria hotelera, arribando a un beneficio anual estimado del 20% anual de los ingresos totales por ventas.

Finalmente, se realizará un **estudio de factibilidad integral** del proyecto global donde, en un solo cuadro se incluirán los costos y beneficios de todos los proyectos previamente citados. ANEXO – Cuadro No. 17.

La importancia de este cuadro se sustenta en la existencia de inversiones sin recupero propio directo, tales como la puesta en valor de los edificios seleccionados, como así también los proyectos de capacitación y difusión, pero sin cuya existencia los emprendimientos comerciales no tendrían perspectiva autónoma de generación de demanda.

Es posible que en un futuro cercano los edificios restaurados tengan una concreta posibilidad de generar sus propios ingresos, pero para tomar un criterio conservador y cauto estos ingresos no fueron tomados en las proyecciones, y su obtención futura hará más atractivos los beneficios.

Para el cuadro global se tomará la suma algebraica de todas las inversiones individualizadas en el presente trabajo, y los beneficios resultantes de las explotaciones comerciales proyectados en un horizonte de planeamiento de quince períodos anuales.

Finalmente, se ha elaborado un gráfico de Gantt, contenido en el Anexo – Cuadro No. 18, para ubicar temporalmente los flujos de fondos de inversión necesarios para la implementación del programa global, pudiendo visualizar así los plazos de tiempo disponibles para:

- interesar a las autoridades en el programa global mostrando los beneficios sociales y económicos de los proyectos, a través de índices de desarrollo tangibles tales como: puestos de trabajo a crear y recaudación de impuestos directos locales como Ingresos Brutos.
- crear en la sociedad el sentido de pertenencia a los proyectos, por parte de todos los habitantes de la Provincia a través de los planes de difusión de programa;
- tomar los recaudos necesarios para dar solución a las principales restricciones al programa, enumeradas en el presente trabajo, a través de la acción coordinada del Gobierno y la población;
- tomar conocimiento de las líneas de crédito nacionales e internacionales existentes, las que se exponen en el Punto 5 para proceder a una selección acertada de opciones, como así también tomar ejemplo de las acciones de otros países a fin de promover acciones locales de implementación de líneas de crédito internas con períodos de gracia para explotaciones comerciales, o a fondo perdido para los casos de recuperación del patrimonio artístico y cultural, o al menos exención de pago de impuesto a los Ingresos Brutos;
- motivar a los inversores locales sobre los beneficios económicos y sociales de los proyectos.

Por último en el Anexo – Cuadro No. 18 se exponen en cifras los principales beneficios sociales y económicos de los diversos proyectos a través de los puestos de trabajo a crear en cada caso y las respectivas recaudaciones por Impuesto a los Ingresos Brutos que se proyectan de acuerdo a los niveles de actividad previstos para cada proyecto.

De acuerdo a los estudios realizados, tanto parciales como integrales de evaluación de la factibilidad de los proyectos integrantes del programa global, se arriba a conclusiones altamente positivas en todos sus aspectos: culturales, sociales y económicos, considerando que el presente programa contribuye al

desarrollo, no sólo interno de la Provincia, sino también a todo el corredor Mesopotámico y a la potenciación del macro - producto turístico que representa la República Argentina es por ello que este grupo consultor recomienda que este programa prioritario sea considerado de interés provincial para su efectiva promoción e implementación en el corto plazo.

## 5. MECANISMOS DE COOPERACION INTERNACIONAL

Se ha considerado conveniente en esta etapa del estudio incorporar información actualizada sobre los mecanismos de Cooperación Internacional, complementaria del punto 4.3. Identificación de fuentes de financiamiento, presentada en el Primer Informe Parcial (pág. 53/65) del Estudio de Prefactibilidad Turística en 1996.

La investigación se ha circunscripto a los países de los cuales provienen las principales colectividades de Entre Ríos : Alemania, Italia, Francia, Suiza y España ; a Instituciones vinculadas con ellas ya sea, por motivos culturales o religiosos y a la Unión Europea

Se ha centralizado la búsqueda de información, en la Cooperación Técnica Internacional (CTI) , la cual consiste en recursos externos a los que pueden acceder países en desarrollo. Estos recursos apoyan las políticas nacionales a través de expertos y/o becarios; el acceso a equipamiento, materiales y/o información que no se encuentra en el ámbito local. No exigen devolución económica, por cuanto no se inscriben dentro de Cooperación Financiera, por lo tanto, no son préstamos.

La Cooperación Técnica Internacional está destinada en principio a cualquier Institución local, Pública o Privada, sin fines de lucro, de ámbito municipal, provincial o nacional cuyo objetivo sea resolver algún problema técnico o suplir carencias Institucionales y/o de la comunidad. La condición es los objetivos se inserten en el marco de las prioridades nacionales, esté fundamentada la solicitud de asistencia en necesidades que no puedan ser cubiertas por el país y la Institución que la requiera demuestre capacidad de poder funcionar automáticamente una vez concluida la misma.

Los recursos son transitorios, dado que la Cooperación apunta a capacitar, ayudar, para que quienes la soliciten estén en condiciones de continuar la actividad para la que solicitaron colaboración, por sí mismos, sin otro asesoramiento, una vez finalizado el período acordado.

Debe distinguirse la Cooperación Técnica Internacional de la Cooperación Financiera o Económica, y de los Convenios Interpares que se realizan entre organismos públicos y privados del país y organismos extranjeros similares, los que no son vinculantes para el Gobierno Nacional y por lo que no se tramitan a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. **Anexo Cooperación**

Con respecto a estos últimos - Convenios Interpares - las alternativas son varias y deben surgir de la comunidad local o regional. Se enuncian en el cuadro algunas posibilidades, de los países que han suministrado la información. Como ejemplo de este tipo de Convenios, cabe mencionar los que se establecen entre Universidades de argentinas y del exterior o entre una Comuna o colectividad de una zona y su lugar de procedencia.

En este marco deben señalarse las Federaciones de Colectividades que cada país tiene generalmente en Argentina, las cuales suelen ser fuente de información o ayuda valiosa.

En el cuadro síntesis que forma parte del presente texto, se resumen las acciones de cooperación con los países mencionados, en el marco de la CTI y se enuncian algunas posibilidades de convenios interpares

# Síntesis de los Sistemas de Cooperación Internacional

País/Institución	Temas Prioritarios	Acciones
<p><b>España</b></p> <p>A nivel Interpares</p>	<p>Pequeña y Mediana Empresa</p> <p>Reforma del Estado</p> <p>Medio Ambiente y Recursos Naturales</p> <p>Turismo</p> <p>Economía y Ciencias Sociales</p>	<p>Asistencia Técnica (expertos españoles)</p> <p>Seminarios/Talleres (participación y financiamiento)</p> <p>Becas</p> <p>Cursos</p> <p>Equipamiento (español)</p> <p>Proyectos específicos de Organismos argentinos</p> <p>Investigaciones conjuntas</p> <p>Asistencia a Museos</p>
<p><b>Italia</b></p> <p>ONG (A nivel Interpares)</p>	<p>PyME</p> <p>Reforma del Estado</p> <p>Ciencia y Tecnología</p> <p>Sector Agro alimentario</p> <p>Turismo</p> <p>Medio Ambiente</p> <p>Recursos Naturales</p> <p>Educación</p> <p>Informática</p> <p>Transporte</p> <p>Cada ONG tiene un tema que es de su interés</p>	<p>Asistencia Técnica</p> <p>Equipamiento italiano</p> <p>Estudios técnicos</p> <p>Intercambio de expertos</p> <p>Cursos</p> <p>Becas</p> <p>Emergencia (en caso de catástrofe)</p> <p>Existe posibilidad del "Programa Affidatti", En la Embajada informan que es resorte de cada ONG otorgar, fuera de su tema puntual, Son ayudas pequeñas (Anexo II)</p>
<b>Francia</b>	<p>Reforma del Estado</p> <p>Privatizaciones</p> <p>Temas Laborales</p> <p>Medio Ambiente</p> <p>Cooperación Tecnológica</p>	<p>Becas</p> <p>Equipamiento</p> <p>Envío de Expertos</p>
<p><b>Alemania</b></p> <p>Fuente ; Departamento de Economía de la Embajada</p>	<p>PyME</p> <p>Medio Ambiente y recursos naturales</p> <p>Mejoramiento de la Infraestructura tecnológica</p> <p>Mini proyectos, sin tema específico</p>	<p>Misiones e intercambios de expertos.</p> <p>Equipamiento sin restricciones de origen</p> <p>Proyecto de cooperación técnica</p> <p>Proyecto de cooperación científico - tecnológica</p> <p>Promoción ( No más de U\$S 8.000)</p>

País/Institución	Temas Prioritarios	Acciones
Unión Europea ONG's	Medio Ambiente	Expertos - Becas Equipamiento
Suiza (Argentina no figura como país prioritario en América Latina) Cantones y ONG (A nivel Interpares)	Medio Ambiente Mejora de las fuerzas productivas. Recursos Humanos	Becas Ayuda Humanitaria De acuerdo a solicitud y evaluación del  Proyecto (Anexo IV)
Unión Europea	Promoción Comercial Promoción Industrial Medio Ambiente Turismo (debe insertarse en un Proyecto Nacional)	Expertos Becas post - doctorales Equipamiento (Anexo V)
Federación de Comunidades Israelitas Argentinas Asociación Mutual Israelita de Argentina Comunidad Judía de Buenos Aires	Ayuda humanitaria Educación Los temas son variados, priorizan los enunciados, también interesa la preservación de la memoria	Surgen de los Proyectos, por ejemplo, la recuperación de edificios puede darse en el marco de un Proyecto abarcativo de recuperación de la memoria y educación Nexo con todo el espectro de la Colectividad :Asociación Amigos de la Universidad de Jerusalén, etc.



## BIBLIOGRAFIA.

### - Alemanes del Volga.

- Britos, Orlando, *Primer Libro de la Historia de la Ciudad de Crespo*, ed. Municipalidad de la Ciudad de Crespo (Entre Ríos), Mayo de 1993.
- Britos, Orlando, *Alemanes del Volga, El pueblo que emigro dos veces*, ed. Municipalidad de la Ciudad de Crespo (Entre Ríos), 1996.
- Luna, Oscar Alfredo, *Los poblados rurales de los Alemanes del Volga en la Provincia de Buenos Aires*, Trabajo de Investigación, inédito, Octubre de 1987.
- Popp, Victor; Dennig, Nicolas, *Los alemanes del Volga*, ed., de los autores, Buenos Aires, 1977.
- Vitalone, Cristina E., "Alemanes del Volga: Colonia Madre del Sur", *Anales Linta (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente)* '95, Buenos Aires, pp.27 - 37.

### - Colonización Judía.

- Avni, Haim; Senkman, Leonardo, *Del campo al campo - Colonos de Argentina en Israel*, ed., Millá, Buenos Aires, 1993.
- Bargman, Daniel Fernando, "Un Ambito para las relaciones Interétnicas: Las Colonias Agrícolas Judías en Argentina", *Revista de Antropología N° 11 año VII*, Buenos Aires, 1992, pp. 50 - 58.
- Liebermann, José, "Aportes de la Colonización Agraria Judía a la Economía Nacional", *Cuadernos de Estudios Judíos*, Buenos Aires, 1969.
- Quiroga, Osvaldo Cesar, *Villa Domínguez... 100 años de historia. 1890 - 23 de setiembre - 1990.*, ed. Imprenta Oficial - Entre Ríos, 1990.
- Winsberg, Morton D., "Jewish Agricultura Colonization in Entre Ríos, Argentina, I - Some Social and Economic Aspects of a Venture in Resettlement", *The American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 27 N°3, Julio 1968, Art.I,II y III, pp. 285 - 295.
- Winsberg, Morton D., "Jewish Agricultura Colonization in Entre Ríos, Argentina", *The Geographical Review*, s.n., pp. 487 - 501.
- Atlas des Colonies et Domaines de la J.C.A. en Republique Argentine et au Bresil. Supplement au Rapport Annuel pour 1913., J.C.A., París, 1914.

lecciones de sed de  
pto - Hotel del Comercio

- Jewish Colonization Association - Su Obra en la República Argentina, Buenos Aires, 1954.
- La Cooperativa Israelita al Engrandecimiento de la Agricultura Argentina, ed., Fomento Agrario Israelita Argentino (S.A.), Buenos Aires, 1941, pp. 22-23.
- *Pioneros de la Argentina, LOS INMIGRANTES JUDIOS*, coordinación: Martha Wolff, ed., Manrique Zago, Buenos Aires, 1982.

#### - Conservación del patrimonio.

- Amarilla, Beatriz Cecilia, "La Evaluación Económica en la Preservación del Patrimonio Natural y Cultural", *Anales Linta (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente)*, Buenos Aires, pp. 37 - 47.
- Harvey, Herwin R., *La Protección del Patrimonio Urbano. Aspectos legales, financiamiento y legislación cultural comparada.*, pp. 1 - 21.
- Metaux Anciens - Structure et Caracteristiques - Fiches Techniques, Instituto Técnico de Restauración, Argentina.
- Moreno, Carlos, *Espanoles y Criollos, Largas Historias de Amores y Desamores - De Las Viejas Tapias y Ladrillos 4*, ed., Icomos Comité Argentino. Buenos Aires, 1995.
- Moreno, Carlos, *Espanoles y Criollos, Largas Historias de Amores y Desamores - La Casa y Sus Cosas 3*, ed., Icomos Comité Argentino. Buenos Aires, 1994.
- Plenderleith, H.J., "Problemas que Plantea la Preservación de Monumentos" en *La Conservación de los Bienes Culturales*, AA.VV., ed., UNESCO, 1979, pp. 134 - 145.
- Plenderleith, H.J. - Torraca G., "La Conservación de Objetos Metálicos en las Regiones Tropicales" en *La Conservación de los Bienes Culturales*, AA.VV., ed., UNESCO, 1979, pp. 251 - 263.

#### - Documentos.

- "Biens Inscrits sur la liste du Patrimoine Mondial - Convention Concernant la Protection du Patrimoine Mondial, Culturel et Naturel", ed., UNESCO, 1972.
- "Carta de Venecia - Carta Internacional sobre la Conservación y Restauración de los Monumentos y los Sitios - Acuerdos y Resoluciones 31-V-1964", *Boletín ICOMOS/Argentina N° 1*, Buenos Aires, 1995.

- "Declaración de Amsterdam.", Congreso sobre El Patrimonio Arquitectónico Europeo, 1975.
- "VII. Los Monumentos en Función del Turismo", *Las normas de Quito*, Informe Final de la Reunión sobre Conservación y Utilización de Monumentos y Lugares de Interés Histórico y Artístico, 1967.
- "VIII. El interés social y la acción cívica", IBIDEM.
- "Recomendación relativa a la salvaguardia de los conjuntos históricos y su función en la vida contemporánea", aprobada por la Conferencia General en su decimonovena reunión Nairobi, 26 de Noviembre 1976, ed., UNESCO.

#### **- Ferrocarriles y poblados Ingleses.**

- Canavessi, C.; De Carli L.; Acuña, R., "De la conservación de las carnes a la conservación del patrimonio". Investigación. Entre Ríos/Argentina, 1988.
- Gazaneo, Jorge O., *Arquitectura de la Revolución Industrial*, ed., IAA, Buenos Aires 1966.
- Gazaneo, Jorge O., *Revolución industrial y Equipamiento Urbano*, ed., IAA, Buenos Aires, 1967.
- Schickendantz, Emilio; Rebuelto, Emilio, *Los Ferrocarriles en la Argentina 1857 - 1910*, de., Fundación Museo Ferroviario, Buenos Aires, Octubre de 1994, pp. 3 - 94; 157 - 161.

#### **- Inmigración.**

- Gori, Gastón, *La Pampa sin Gaucho*, ed., Eudeba, Buenos Aires, 19XX.
- Ochoa de Eguileor, Jorge; Valdes, Eduardo, *¿Dónde durmieron nuestros abuelos? - Los Hoteles de Inmigrantes en la Capital federal*, 1ª ed., Fundación Urbe, Buenos Aires, Octubre de 1991.

#### **- Turismo y Comercialización.**

- Baud-Bovy, Manuel; Lawson, Fred, *Tourism and Recreation Development*, ed., CBI Publishing Company, Inc., 1977.
- Boullón, Roberto C., *Planificación del espacio turístico*, ed., Trillas, México, 1985.

- Kotler, Philip; Haider, Donald H.; Rein, Irving, *Mercadotecnia de Localidades – Cómo atraer inversiones, industrias y turismo a ciudades, regiones, estados y países.*, ed., Diana, Mexico, 1994.
- Nakayama, Lía Dominguez de, *Relevamiento Turístico – Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial*, ed., C.E.T. I. S. "SOL", Santa Fe, 1994.
- Van Doren, Carlton S.; Priddle, George B.; Lewis, John E., *Suelo y Ocio – Conceptos y Métodos en el Ambito de la Recreación al aire libre*, ed., Nuevo Urbanismo, Madrid, Traducción al Español: Joaquin Hernandez Orozco, 1983.
- Revue de Recherche en Tourisme – TEOROS, Universite du Quebec a Montreal.

#### **- Urbanismo.**

- Bragagnolo, Ebe; Jumilla, Jose, "Poblados del Ferrocarril", *Revista Nuestra Arquitectura* N° 25, Buenos Aires, pp. 30 - 34.
- Chueca Goitia, Fernando, *Breve Historia del Urbanismo*, ed., Alianza Editorial, Buenos Aires, 1993, pp. 165 - 185.
- Hardoy, Jorge Enrique; Madrea, Luis; Tartarini, Jorge, "Poblados Históricos: Reflexiones para la Rehabilitación de un Patrimonio Olvidado", *Revista S.C.A. (Sociedad Central de Arquitectos)* N°140, Buenos Aires, 1988, pp. 41 - 46.
- Morosi, Julio A.; Vitalone, Cristina E., "Perduración de las Normas Indianas en el Urbanismo Moderno ", *Anales Linta (Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente)* '93, pp.9 - 24.
- Morris, A.E.J., *Historia de la forma urbana - Desde sus orígenes hasta la Revolución Industrial*, ed., GG, Barcelona, España, 1ª 1984 - 5ª 1995.
- Muller, Werner; Vogel, Gunther, *Atlas de Arquitectura, 1. Generalidades.*, ed. Alianza, Madrid, 1989, pp. 35 - 39.
- Rossi, Aldo, *La Arquitectura de la Ciudad*, ed. GG, Barcelona, España, 8ª 1992.

## GLOSARIO.

- **Bar/Bat Mitzvá:** Ceremonia en la cual son llamados a leer la Torá por primera vez; las niñas al cumplir los 12 (doce) años y los niños al cumplir los 13 (trece) años. Según la ley judía es el paso a la adolescencia y a la mayoría de edad.
- **Bima:** Púlpito desde donde se oficia la ceremonia religiosa.
- **Haron Hakodesh:** "Arca sagrada". Armario donde se guardan los rollos de la Torá.
- **Iom Kipiur:** "Día del perdón".
- **Jánuca:** "Fiesta de las luminarias". Se conmemora la liberación del templo de Jerusalén en manos de los griegos.
- **Pesaj:** Fiesta en la que se conmemora la liberación de los judíos de la esclavitud de Egipto.
- **Purim:** Se conmemora la salvación del pueblo judío en manos de los persas.
- **Rosh Hashana:** Comienzo del año judío. Año nuevo judío.
- **Shabat:** "Reposo". Día de descanso del pueblo judío. Comienza al salir la primera estrella del viernes y termina cuando sale la primera estrella del sábado.
- **Shavuot:** Se conmemora la entrega de la Torá al pueblo judío de manos de Moisés.
- **Sukot:** "Fiestas de las cabañas".
- **Torá:** "Sagradas escrituras". Antiguo testamento.
- **Tu Bishvat:** Fiesta de los árboles.