



2018

Maestría en Gestión del Turismo Sostenible

Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Ciudad de Paraná



Tutor: Mgter. Fabián Román
Alumno: Arq. Adrián Stur

San José, Costa Rica

Abril 2018

AGRADECIMIENTOS

A mi familia. Que pasaron largos momentos de espera mientras cursaba la maestría y dedicaba gran parte del tiempo libre a mi capacitación y formación. Su apoyo y acompañamiento fueron fundamentales para culminar este proceso. Gracias por entender, comprender y apoyar este esfuerzo.

A los empresarios, académicos, funcionarios y empleados que brindaron información sustancial para la mejor definición de este proyecto, en la confianza y certeza de que el trabajo conjunto hace al camino de la sostenibilidad y del éxito.

A los entrevistados. Principalmente al empresario Don Marcelo Barzuglia de FEHGRA, al Prof. Pablo Donadío, investigador y director del Dpto de Investigación de UADER y al Ctdor. Adan Humberto Bahl, paranaense y actual vice gobernador de la provincia de Entre Ríos. Que incorporaron, sus visiones sectoriales y de la ciudad que desean, sus anhelos de progreso y de mejorar la calidad de vida de los paranaenses, y sus conocimientos de la realidad fáctica, que fortalecieron las propuestas y las transformaron en un proyecto posible.

A mis amigos. Que me alentaron, apoyaron y estuvieron presentes para que esto sea posible.

Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Ciudad de Paraná

Glosario¹

Accesibilidad

Propender a la eliminación de barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, Incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.

Actividad Turística

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven las prestaciones de servicios a un turista. Son los actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

Áreas Protegidas

Áreas naturales que por su extraordinaria belleza o riqueza en flora y fauna autóctona o en razón de un interés científico determinado, deben ser protegidas y conservadas para investigaciones científicas, educación y goce de las presente y futuras generaciones, con ajuste a los requisitos de seguridad nacional.

Atractivos Turísticos

Objeto o acontecimiento capaz de motivar a un viajero a abandonar su domicilio habitual para trasladarse a conocerlo y vivenciarlo.

Calidad

¹ Fuentes: Guido, R. (2008). Glosario Turístico del Observatorio Turístico. UNLa; OMT. Glosario Turístico. Documento en línea; Wallingre, N y Toyos, M. (1998) Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte.

Parte de la prioridad de las actuales exigencias del mercado turístico, de satisfacer las demandas, en función de elementos estándares, en función de costumbres, usos y culturas.

Circuito Turístico

Combinación de determinados elementos (atractivos turísticos, centros turísticos, equipamiento, infraestructura, etc.) que permite el conocimiento de los destinos turísticos.

Competitividad

Dícese de las virtudes y alternativas superadoras de un producto ante la competencia.

Cuenta satélite de turismo (CST)

La Cuenta Satélite de Turismo (que se describe en Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008) es, aparte de las Recomendaciones internacionales para las estadísticas de turismo 2008, la segunda recomendación internacional sobre estadísticas de turismo que se ha desarrollada en un marco de coherencia con el Sistema de Cuentas Nacionales. Ambas recomendaciones son coherentes entre sí y constituyen el marco conceptual para medir y analizar el turismo como una actividad económica.

Demanda Turística

Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor

Destino principal

El destino de un viaje turístico es el lugar visitado y que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

Ecoturismo

Toda forma de turismo en la cual el motivo principal es la observación e interpretación de la naturaleza, generando mínimos impactos negativos sobre el ambiente natural y cultural donde se desarrolla, contribuyendo a su conservación.

Entorno habitual

El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.

Espacio Turístico territorial

Es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos.

Estrategia

Conjunto de decisiones coordinadas que vinculan los objetivos de desarrollo con las acciones necesarias para lograrlo. Especifica los principales problemas que deben ser resueltos y las oportunidades que pueden aprovecharse.

FODA

Sigla que significa Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas. Consiste en el análisis estratégico de la situación actual de la empresa y el ambiente económico, político, social y ambiental. Permite estar preparado para situaciones futuras.

Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

Infraestructura Turística

Sistema de transporte público, sanidad, seguridad, comunicación y educación que asegura el funcionamiento de la planta turística y por ende del sistema productivo.

Inversión Turística

Denominación dada en economía del turismo a las inversiones en infraestructura, bienes y servicios turísticos.

Marketing

Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen estrechas relaciones con ellos, para obtener a cambio valor de los consumidores.

Medio Ambiente

Entorno mediante en el cual operan las organizaciones, incluye el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, y su interrelación. En este contexto el medio ambiente se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global. Es un complejo de factores físicos, naturales, artificiales, sociales, culturales, económicos y estéticos que afectan a los individuos y a las comunidades humanas y determina su forma, carácter, relaciones y sobrevivencia.

Mercado Turístico

Lugar donde existe capacidad de gasto, donde se intercambia el producto turístico entre compradores (turistas/empresas) y vendedores (empresas)

Microregión

Esta forma deriva de corredor turístico, pero con una visión mucho más amplia de las razones de creación como espacio turístico territorial. Al igual que los consorcios, las microrregiones turísticas son grupos de municipios que comparten recursos naturales y/o formas de producción, patrones culturales similares, etc. En el diseño se privilegia la planificación territorial y de productos turísticos.

Misión

Es una declaración concisa que explica la razón de ser de la organización.

Oferta Turística

Conjunto integrado por bienes, prestaciones y atractivos turísticos de diferentes tipos, que permite satisfacer las necesidades turísticas.

Patrimonio

Conjunto de bienes naturales y culturales que han sido entregado por las generaciones anteriores y que corresponde conservarlo en sus atributos fundamentales o transformarlos adecuadamente para poder transmitirlos a las futuras generaciones.

Plan

Proceso integrado de actuaciones, abarcativo de todas las facetas de la materia a planificar-Turismo- y que orienta el alcance de sus metas tanto a corto como mediano y largo plazo.

Posicionamiento

Estrategia que consiste en saber cuál es el lugar que ocupa una empresa, marca, producto y/o servicio en la mente del consumidor.

Producto Turístico

Un producto turístico está formado por bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para bienestar material y espiritual de un consumidor-turista-.

Programa

Conjunto ordenado de acciones, desarrolladas en un tiempo determinado.

Proyecto

Acción y/o inversión necesaria para concretar los objetivos del programa al que pertenecen.

Sector del turismo

El sector turismo, tal y como se contempla en la CST, es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.

Segmentación

Dividir un mercado en grupos distintos de compradores, con base en sus necesidades, características o comportamiento.

Sensibilización Turística

Percepción por parte de las personas sobre los beneficios y efectos de la actividad turística.

Servicio Turístico

Son los que se prestan a través de una organización adecuada y de personal especializado, destinados a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Sostenible

Es una la meta a la que la ONU quiere llegar, procurando que el crecimiento económico de los países sea compatible con el aumento de la equidad social, el fortalecimiento de la cultura local y el mantenimiento de los ecosistemas.

Turismo interno

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Visión

Tiene una orientación hacia el futuro y expresa de hacia donde se encamina y se desea ir.

Visita

Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

Visitante

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario

Viaje turístico

El término viaje turístico designa todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos

Abreviaturas

AET – Anuario Estadístico de Turismo

ANP – Área Natural Protegida

APPs – Aplicaciones informáticas

AVyT – Agencias de Viaje y Turismo

BID – Banco Interamericano de Desarrollo

BM – Banco Mundial

CC – Cambio Climático

CEAMSE – Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado

CITES – Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres

CO₂ – Dióxido de Carbono

CST – Cuenta Satélite en Turismo

DGC - Dirección General de Catastro

EMPATUR – Ente Mixto de Turismo de la Ciudad de Paraná

ENERSA – Empresa de Energía de Entre Ríos

EOH – Encuesta de Ocupación Hotelera

EVyTH – Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares

GEI – Gases de Efecto Invernadero

GIRSU – Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos

GSTC - Criterios Globales de Turismo Sostenible

ICES – Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles

INCOCIV – Consultora de Investigación en Ingeniería Civil

INDEC – Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

OMT – Organización Mundial de Turismo

ONU – Organización de Naciones Unidas

PIEDT – Plan Integral Estratégico de Desarrollo Turístico. Paraná Horizonte 2030

QR – inglés Quick Response code, (código de respuesta rápida)

RCH - República de Chile

RFB - República Federativa de Brasil

RRHH – Recursos Humanos

RN – Ruta Nacional

ROU - República Oriental del Uruguay

RPa – República del Paraguay

RP – Ruta Provincial

RRSS – Redes Sociales

SE – Sector Empresario

SP – Sector Político

STA – Sector técnico Académico

TIC – Tecnología de Innovación en Comunicaciones

UNER – Universidad de Entre Ríos

UNL – Universidad Nacional del Litoral

Resumen ejecutivo

La ciudad de Paraná, capital de la provincia de Entre Ríos, es un polo donde confluyen numerosas actividades con fuertes intereses administrativos, comerciales y políticos. Ubicada sobre las barrancas del caudaloso Río Paraná, del que recibe su nombre, ofrece una alternativa inmejorable para el desarrollo de la actividad turística. Su historia de caudillos federales, que la transformaron en capital de la Confederación Argentina entre 1853 y 1861, la dotaron de una rica historia y patrimonio cultural, algunos de los cuales perdura hasta hoy. El río, sus islas, bañados y costas ribereñas fundamentan una cultura vinculada con la pesca y las costumbres isleñas, que contrasta con la riqueza cultural europea que se manifiestan en monumentos, arquitectura y expresiones pictóricas que la han destacado a nivel nacional.

Pese a su potencial turístico, no ha tenido un desarrollo planificado de la actividad, y este se ha construido sobre los esfuerzos empresarios y la llegada de visitantes, atraídos por su belleza y conformación urbana singular de lomadas, barrancas y río. El estado ha realizado acciones espasmódicas provocadas por el sector del turismo, creando en estos últimos 20 años la secretaria de turismo, un ente mixto de promoción y una tasa de recaudación destinada al desarrollo de la actividad.

En este trabajo se hace un análisis profundo de la sostenibilidad de la ciudad y el turismo, en la búsqueda de potenciar el desarrollo de la actividad turística sostenible. Se estructura en 3 fases con 8 Capítulos (Fase I: Introducción y Diagnóstico; Fase II: Identificación de líneas estratégicas; y Fase III: Planificación y validación del proyecto). A través de ellos se fundamenta y da forma a un plan en el cual los objetivos, estrategias, programas y proyectos, aluden a las más modernas tendencias del desarrollo sostenible, incluyendo e involucrando a todos los actores de la sociedad, en un acuerdo y compromiso por alcanzarlo, desde la acción y ejecución conjunta.

Finalmente, uno de los aspectos importantes a considerar en este trabajo, es la validación, tanto del diagnóstico alcanzado como del proyecto propuesto. Esta validación involucra a los tres sectores claves para el logro de los objetivos propuestos: El sector empresario, el sector técnico-académico y el sector político, y permite tener un acercamiento a las posibilidades reales de aplicación del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Ciudad de Paraná.

Como corolario se enuncian una serie de recomendaciones destacables para el logro de los objetivos propuestos.

Indice

Glosario	5
Abreviaturas	12
Resumen ejecutivo.....	14
FASE I. INTRODUCCION Y DIAGNOSTICO.....	20
CAPITULO I. Introducción	20
I. 1 Antecedentes.....	21
I. 1. 1 Ubicación	21
I. 1. 2 Breve reseña histórica	22
I. 1. 3 Aspectos Físicos y situación geoestratégica	23
I. 1. 3. 1 La Provincia.....	23
I. 1. 3. 2 La Ciudad	25
I. 1. 3. 2. 1 Accesos	25
I. 1. 4 Clima	26
I. 2 Planteamiento del Problema.....	27
I. 3 Justificación de la necesidad del proyecto	29
I. 4 Supuestos.....	30
I. 5 Restricciones	32
I. 6 Objetivos General y de Producto.....	33
I. 6. 1 Objetivo General.	33
I. 6. 2 Objetivo del producto.	33
CAPITULO II. Marco teórico	34
II. 1 Turismo y Sostenibilidad.....	34
II. 2 Turismo Sostenible y Patrimonio	36
II. 3 Turismo Sostenible y Territorio.....	38
II. 4 Turismo y Cambio Climático.....	39
CAPITULO III. Marco Metodológico	42

III. 1 Fuentes Primarias.....	43
III. 2 Fuentes Secundarias.....	46
III. 3 Otras Fuentes	46
CAPITULO IV. Marco contextual - situacional	47
IV. 1 Situación Socioeconómica	47
IV. 2 Situación Cultural	48
IV. 2. 1 Política cultural y legislaciones	48
IV. 2. 2 La comunidad y su patrimonio.....	49
IV. 2. 3 Elementos Patrimoniales de la Ciudad.....	50
IV. 3 Situación Ambiental.....	53
IV. 3. 1 Residuos Solidos	53
IV. 3. 2 Agua Potable	54
IV. 3. 3 Saneamiento. Aguas servidas	55
IV. 3. 4 Drenaje	56
IV. 3. 5 Energía	56
IV. 4 Situación Turística.....	57
IV. 4. 1 Capacidad Turística.....	58
IV. 4. 2 Encuestas de opinión	61
IV. 4. 3 Entrevistas a actores estratégicos.....	61
IV. 4. 4 Perfil de los turistas	63
IV. 4. 5 Atractivos Turísticos	63
IV. 4. 5. 1 La historia y cultura	63
IV. 4. 5. 2 La Naturaleza.....	64
IV. 4. 6 Productos Turísticos Existentes	65
IV. 4. 6. 1 Locales.....	65
IV. 4. 6. 2 Productos en alianzas con otros municipios	67
IV. 4. 7 Preferencias y tendencias en la elección de los turistas	68
IV. 5 Conclusión diagnóstica	69

IV. 6 Mapa de Actores claves. Matriz de Stakeholders	72
IV. 1 Líneas de acción para la gestión de los stakeholders.....	77
FASE II. IDENTIFICACION DE LINEAS ESTRATEGICAS.....	78
CAPITULO V. Formulación de Estrategias para el.....	78
V. 1 F.O.D.A	78
V. 2 Fundamentos Estratégicos.....	81
FASE III. PLANIFICACION Y VALIDACION DEL PROYECTO	82
CAPITULO VI. Planificación del Desarrollo	82
VI. 1 El Plan.....	82
VI. 1. 1 Visión.....	82
VI. 1. 2 Misión	82
VI. 1. 3 Principios.....	83
VI. 1. 4 Valores	84
VI. 2 Objetivos del Plan	85
VI. 3 Líneas Estratégicas.....	87
VI. 3. 1 Fortalecimiento Institucional y Gestión Participativa	88
VI. 3. 1. 1 Programa: Fortalecimiento del rol del sector público turístico	88
VI. 3. 1. 2 Programa: Sensibilización, capacitación e inclusión social	90
VI. 3. 1. 3 Programa: “Fortalecimiento de la formación de RRHH”	91
VI. 3. 2 Planificación Adaptativa, Infraestructura y servicios sostenibles turísticos	93
VI. 3. 2. 1 Programa: Reordenamiento urbano y territorial, manejo de sitios atractivos al uso turístico	93
VI. 3. 2. 2 Programa: Inversión en Infraestructura y servicios turísticos	94
VI. 3. 2. 3 Programa: Gestión turística sostenible de los recursos naturales, socioculturales y económicos.....	98
VI. 3. 3 Desarrollo de la oferta turística local	101
VI. 3. 3. 1 Programa: Conservación y puesta en valor de los atractivos naturales y culturales (Ver Mapa en Anexo 10).....	102

VI. 3. 3. 2 Programa: Turismo de incentivos, reuniones, congresos, convenciones y eventos	103
VI. 3. 3. 3 Programa: Fortalecimiento de la oferta. Productos turísticos integrados asociativos microrregionales	105
VI. 3. 3. 4 Programa: Identificación de proyectos y/o emprendimientos turísticos sostenibles.....	106
VI. 3. 4 Competitividad del destino. Marketing turístico	108
VI. 3. 4. 1 Programa: Competitividad turística. Innovación y uso de TICs	108
VI. 3. 4. 2 Programa: Fomento al asociativismo empresarial	110
VI. 3. 4. 3 Programa: Fomento a las PYMES y micro emprendimientos turísticos sostenibles.....	111
VI. 3. 4. 4 Desarrollo del Plan de Marketing de destino	112
CAPITULO VII. Validación.....	115
VII. 1 Validación del diagnostico.....	117
VII. 2 Validación del proyecto	118
CAPITULO VIII. Recomendaciones	122
ANEXOS.....	124
Anexo 1: Charter del Proyecto Final de Graduación	124
Anexo 2: Estructura desglosada del trabajo	128
Anexo 3: Facsímil de Formulario de entrevistas a 30 actores claves.....	129
Anexo 4: Facsímil de Resultados de entrevistas a 30 actores claves	139
Anexo 5: Tabla de Actores Entrevistados en Setiembre 2017	147
Anexo 6: Entrevistas de Validación Empresaria, Técnico Académica y Política.....	148
Anexo 7: Mapeo de Involucrados	150
Anexo 8: Situación de Crisis y Medidas tentativas	151
Anexo 9: Planificación Temporal de Proyectos	158
Anexo 10: Mapa de productos potenciales.....	161
Anexo 11: Mapa de circuitos asociativos.....	162
Anexo 12: Criterios Globales de Turismo Sostenible.	163

Bibliografía.....	168
--------------------------	------------

Imágenes

Imagen 1: Mapa de Entre Ríos.....	24
Imagen 2: Mapa de rutas provinciales.....	25
Imagen 3: Accesos a la ciudad de Paraná.....	26
Imagen 4: Parque Urquiza y Rio Paraná. Fondo costa Santafesina.....	31

Tablas

Tabla 1. Monumentos, edificios y espacios históricos urbanos y naturales con declaración.....	50
Tabla 2. Monumentos conmemorativos, fiestas y eventos tradicionales y expresiones de interés cultural.....	52
Tabla 3. Cantidad de viajeros y pernoles promedio. Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera.....	58
Tabla 4: Cuadro de estacionalidad. Sobre datos de UNL (2012).....	59
Tabla 5. Cuadro de establecimientos y plazas de la ciudad de Paraná.....	60
Tabla 6. Matriz de Stakeholders internos.....	74
Tabla 7. Matriz de Stakeholders externos.....	75

Cuadros

Cuadro 1. Resumen basura urbana.....	50
Cuadro 2. Gestión de residuos.....	51
Cuadro 3. Resumen agua potable.....	54
Cuadro 4. Resumen Agua servida.....	55
Cuadro 5. Resumen saneamiento.....	56
Cuadro 6. Resumen energía.....	57
Cuadro 7. Resumen actividad turística.....	58
Cuadro 8. Resumen encuesta de opinión.....	61

FASE I. INTRODUCCION Y DIAGNOSTICO

CAPITULO I. Introducción

La ciudad de Paraná es la capital de la provincia de Entre Ríos, en ella se concentra la mayor parte de la actividad administrativa del gobierno provincial, la actividad legislativa y judicial. También la actividad administrativa municipal y comercial.

Posee una ubicación geoestratégica inmejorable. Es centro del cruce del corredor bioceánico, que une puerto Alegre (Brasil) con Valparaíso (chile) ruta del comercio interoceánico, con la RNº 12 que une Buenos Aires con el norte del país, Paraguay y Brasil, uno de los principales corredores comerciales y de comunicación.

En este contexto geoestratégico, la ciudad se encuentra en una situación inmejorable para poder desarrollar la actividad turística. Posee un importante porcentaje de la población económicamente activa, en una situación mayoritariamente media (3,4 veces un sueldo básico) y con un nivel educativo mayoritariamente medio (cerca del 80% tiene secundario completo). Estos datos son importantes, porque determinan el nivel de comprensión de las estrategias sostenibles que se determinen para el cumplimiento de los objetivos.

Alberga al 40% de la población educativa universitaria del total provincial, lo que da la oportunidad de acceder a acuerdos y convenios con las instituciones educativas, que apoyen y den impulso a estrategias y directrices de desarrollo sostenible, y las mediciones necesarias para alcanzar las metas establecidas.

En lo que respecta a la actividad turística, la ciudad cuenta con importantes atractivos naturales (Río, playas y áreas naturales públicas y privadas) y culturales (Patrimonios culturales locales, provinciales y nacionales), actividades recreativas vinculadas con estos atractivos y nocturna (Discotecas, restaurantes, bares y salas de cines), y una relevante infraestructura y servicios turísticos.

Pese a ello, la actividad turística se encuentra en una situación de estancamiento con una tasa de crecimiento del 1,4% anual en los últimos años, gran parte de este resultado está dado por los cambios periódicos de gobierno sin continuidad de los

proyectos propuestos y la falta de profesionales en la planta fija del organismo oficial de turismo, que dan como resultado la falta de una política turística a largo plazo que pueda construir perspectivas a futuro.

La estacionalidad turística, estival e invernal, es un tema que también debe ser parte de las estrategias, ya que es necesario fortalecer los productos que pueden tener un alto rendimiento en estos periodos: turismo fluvial, ecoturismo, turismo activo, y turismo de congresos, convenciones y eventos, que motorizan la actividad y la ocupación de la importante infraestructura ociosa en los periodos de temporada baja.

El análisis psicográfico de la demanda realizado por la Universidad Nacional del Litoral (UNL, 2012)², determina que del movimiento turístico local el 65,9% de la llegada de turistas lo hicieron con conocimiento y análisis previo del destino. De ellos, el 61,3% vino por ocio (placer, descanso, turismo, relax, diversión), con lo que se puede inferir que existe una investigación del destino y que ha respondido a sus intereses.

El mismo análisis establece que el 95% de los residentes creen que Paraná tiene potencial turístico y están de acuerdo con avanzar en el desarrollo del turismo en la ciudad.

I. 1 Antecedentes

I. 1. 1 Ubicación

La ciudad de Paraná se encuentra ubicada al oeste de la provincia de Entre Ríos, sobre la margen izquierda del río del mismo nombre, y que en el idioma Guaraní reko significa "pariente del mar" "el que une el agua al mar" (Para=Mar Na=Unir)³.

² UNL. Análisis Psicográfico de la demanda. Capítulo 3. Paraná 2012. P. 39 y 40.

³ Palacios, L. Guaraní Reko. Blog de difusión de la lengua Guaraní reko
<http://guaranireko.blogspot.com.ar/2016/01/que-significa-parana-en-guarani.html>

Está asentada sobre barrancas de 50 metros de altura promedio, alcanzando los 85 metros en su punto máximo.

Está situada geográficamente en una zona estratégica clave, que conforma el llamado corredor bioceánico (ruta carretera que une Brasil, Uruguay, Argentina y Chile) y de la región centro del país, que asocia a las provincias Entre Ríos, Santa Fe y Córdoba con un gran movimiento, tanto comercial como de comunicación entre la República Argentina, la República Oriental del Uruguay, la República Federativa de Brasil y la República de Chile.

I. 1. 2 Breve reseña histórica

La ciudad no tuvo una fundación oficial, en el Siglo XVI se levantó una capilla que dio origen a un pequeño poblado denominado “La Baxada del Paraná”. Este creció y las autoridades del Cabildo Eclesiástico, erigieron la “Parroquia del Pago de la Otra Banda del Paraná” bajo la advocación de la Virgen del Rosario (1730). En 1813 alcanzó la categoría de villa, al ser declarada como “Villa de Nuestra Señora del Rosario de Paraná”⁴.

Ofelia Sors (1981) destaca que los acontecimientos históricos que tuvieron lugar en la Batalla de Caseros y la posterior Jura de la Constitución en Santa Fe en 1853, convirtieron a Paraná en Capital de la Confederación Argentina, a partir del 24 de Marzo de 1854. Como resultado de la Batalla de Pavón el 17 de Setiembre de 1861, la Capital Nacional vuelve a Buenos Aires y en 1883 fue declarada nuevamente capital de la Provincia de Entre Ríos.

A partir de la década de 1960, año en que se construyó el túnel Subfluvial “*Hernandarias*” que une las ciudades de Paraná y Santa Fe, experimentó un recambio importante de población. Mucho se fueron en búsqueda de nuevas posibilidades o por estudio a otras ciudades y provincias, y otros vinieron en búsqueda de alternativas para desarrollarse en un ámbito relativamente nuevo.

⁴ Sors, Ofelia. Paraná, dos siglos y cuarto de evolución urbana, 1730 – 1955. Introducción. Editorial Colmegna. 1981

Este movimiento de población fue generando un cambio de actitud y de los valores culturales locales. Las tradiciones se fueron aletargando por décadas, quedando minimizadas ante la abrumadora modernidad que llegaba.

Sobre finales de 1980 se comenzó a revalorizar la cultura de la ciudad y a identificar su patrimonio; se ficharon y se hicieron tareas de conservación en varios de ellos; el turismo se mostró muy interesado en desarrollar el Turismo Cultural. Pero este trabajo no fue acompañado de una planificación que incluyera programas de concientización y valoración de los bienes culturales dirigidos a la población, como tampoco se alentaron y diseñaron circuitos turísticos desde los organismos oficiales.

Su rica historia, ubicación y proceso de desarrollo dejaron huellas muy importantes en sus calles y área circundante, por lo que la ciudad de Paraná, posee un rico patrimonio natural y cultural. Los 260 años de vida han dejado sus marcas en edificios y monumentos, “pero lamentablemente hay un gran desconocimiento de su historia por parte del ciudadano”⁵.

I. 1. 3 Aspectos Físicos y situación geoestratégica

I. 1. 3. 1 La Provincia

La provincia de Entre Ríos está ubicada entre los 30° y 34° de latitud sur y entre los 63° y 66° de longitud oeste.

La Dirección General de Catastro (DGC), determina que cuenta con una superficie total de 7.644.700 ha, compuesta por 5.897.290 ha de tierra firme, 1.520.510 ha de delta, predelta e islas y 226.900 ha de aguas de los Ríos Paraná y Uruguay.

Partiendo de la superficie correspondiente a tierra firme, se estimó que 2.304.200 ha corresponden a áreas cubiertas con monte, suelos no aptos para agricultura, inundables, pero valiosos para el turismo, mientras que las restantes (3.593.000 ha) son factibles de ser utilizadas en agricultura.

⁵ UNL. Reconocimiento y valoración del patrimonio cultural. Capítulo 2. Paraná 2012. P. 31.

Por lo que podemos decir que del 100% del total de la superficie de la provincia de Entre Ríos:

- 77% corresponde a tierras firmes (61% apta para la agrícola y 39% montes nativos, inundables, etc.)
- 20% a islas, delta y pre-delta
- 3% corresponde al agua de los ríos

Tiene límite internacional y vinculación carretera con la República Oriental del Uruguay (ROU), y nacional con las provincias de Santa Fe, Buenos Aires y Corrientes.

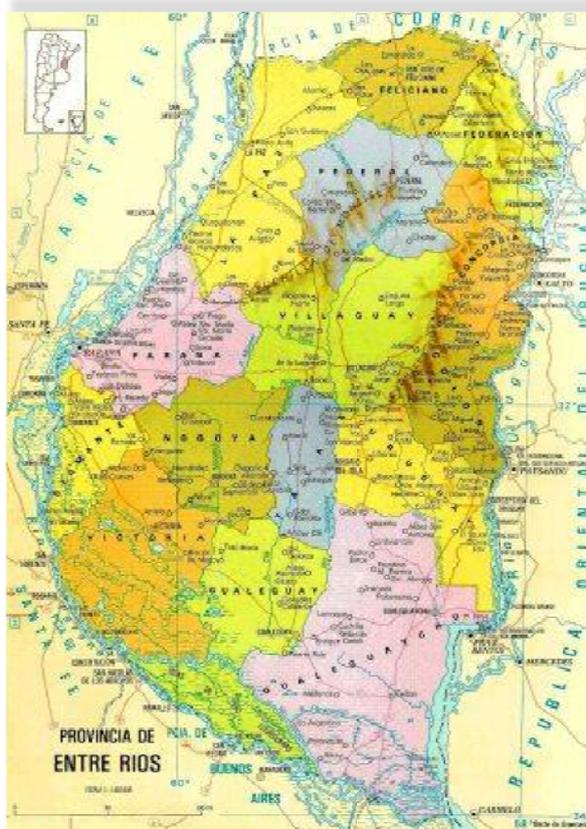


Imagen 1: Mapa de Entre Ríos

Físicamente la provincia está delimitada, como se mencionó anteriormente, por dos grandes ríos (imagen 1):

Al oeste por el Paraná, que hacia el sur se extiende en un importante Delta.

Al este el río Uruguay, que conforma una frontera internacional con la ROU. Ambos confluyen en el Río de la Plata. La vinculación terrestre con el resto del país se realiza a través del Túnel Subfluvial, que une la ciudad de Paraná con Santa Fe, tras recorrer 3 Km. bajo el lecho del río. Además, se comunica con la provincia de Buenos Aires a través del complejo ferro-vial Zárate - Brazo Largo, ubicado al sur. También se desarrolló el puente Rosario - Victoria que une la provincia de Entre Ríos con la provincia de Santa Fe.

Situada estratégicamente en el corazón del MERCOSUR (Mercado Común del Sur), como se mencionó anteriormente, comparte una importante red de conexiones viales, ferroviarias, portuarias y la hidrovía Paraná – Paraguay, que la comunican con los grandes centros de consumo de la región y del mundo.

I. 1. 3. 2 La Ciudad

La ciudad de Paraná, capital de la provincia de Entre Ríos, limita al este con el distrito y ciudad de Villaguay; al oeste con el Río Paraná; al norte con el distrito y ciudad de La Paz, y al sur con las ciudades y distritos de Diamante y Nogoyá. Es el centro de poder administrativo, legislativo y judicial.

I. 1. 3. 2. 1 Accesos

La distancia de la capital provincial con los principales centros del MERCOSUR y otros países limítrofes es la siguiente (imagen 2):

- Paraná - Buenos Aires 466 km.
- Paraná – Montevideo (ROU) 639 km.
- Paraná – Asunción (RP) 926 km.
- Paraná – San Pablo (RFB) 2250 km.
- Paraná – Sgo de Chile (RCH) 1314 km.

La ciudad de Paraná tiene 5 accesos:

1. RN N°12: Comunica con el norte de la provincia y la prov. de Corrientes Chaco y Misiones;
2. RN N°18: Comunica con el este de la Provincia y la ROU y RFB;
3. RP N°39: Atraviesa la provincia de oeste a este y se comunica con la ROU.
4. RP N°11: Comunica con el sureste y sur de la provincia y con las Provincia de Buenos Aires por el complejo Ferroviario Zarate-Brazo Largo, con la provincia de Santa Fe a través del Puente Rosario-Victoria y con el sur del país;
5. RP N°168: Comunica con la provincia de Santa Fe a través del Túnel Subfluvial Uranga-Silvestre Begnis y a través de esta con el oeste del País.



Imagen 2: Mapa de Rutas provinciales

El Rio Paraná, a pesar de tener una importante presencia en la ciudad y ser uno de los ríos más caudalosos de Sur América, que recorre gran parte de la zona este del país, forma uno de los brazos de la Mesopotamia Argentina que vincula al país con la RP y RFB, no es utilizado como vía de comunicación y conexión entre las ciudades ribereñas. Estas se dan solo a través de vías terrestres (imagen 3)

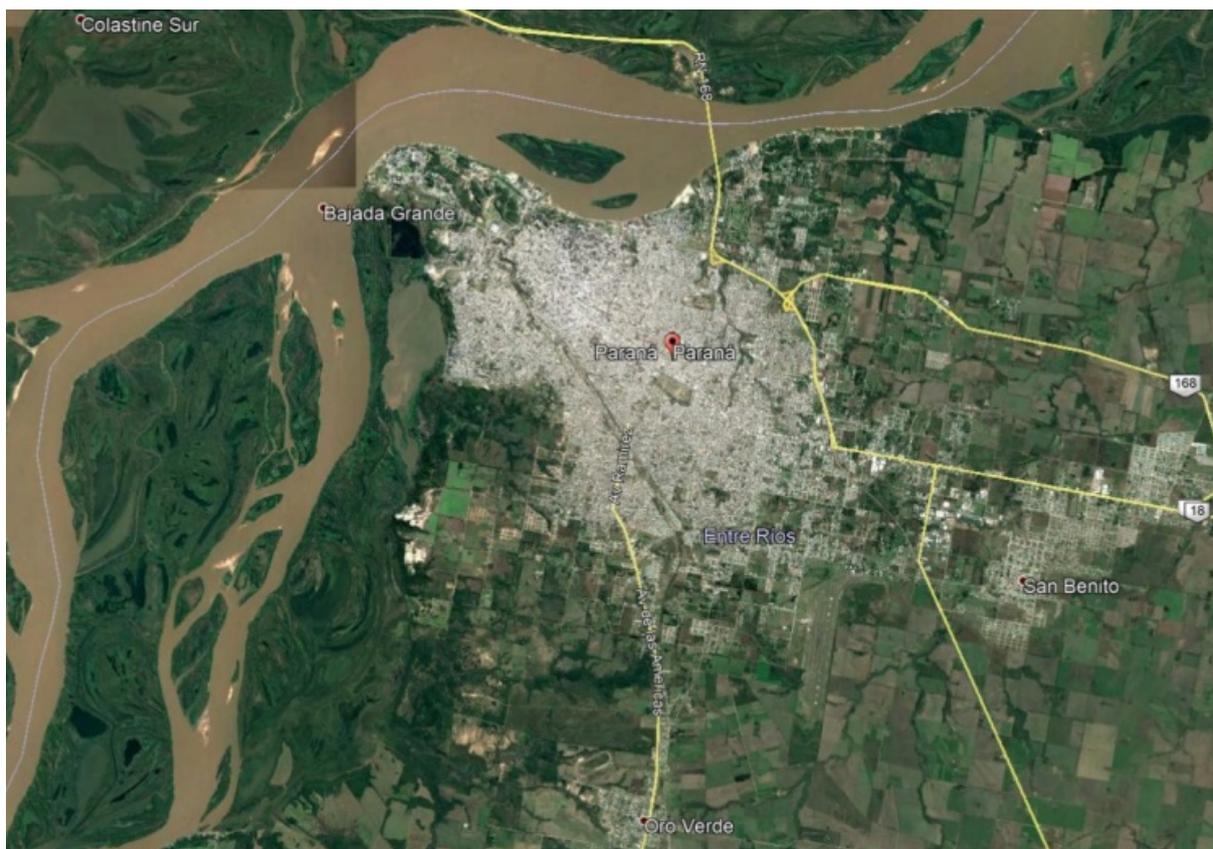


Imagen 3: Accesos a la ciudad de Paraná

I. 1. 4 Clima

Existen dos grandes regiones climáticas en la provincia de Entre Ríos, una al norte que corresponde al clima subtropical sin estación seca, y el resto de la provincia que posee clima templado pampeano o húmedo de llanura, este último, es el clima que presenta la ciudad de Paraná, el cual se caracteriza por su suavidad y ausencia de situaciones extremas y es la de mayor aptitud para el cultivo de cereales y forrajeras, y para la cría de ganado.

Los vientos dominantes son del sector noreste, siguiendo en importancia los del sureste. Las heladas tempranas y tardías se registran en los meses de mayo y agosto - septiembre respectivamente.

El régimen térmico es templado; la media diaria anual es de 18,2° C y varía entre 24,7° C en enero y 12 ° C en julio, representado esto una aptitud térmica de 12,7° C.

Las precipitaciones medias anuales oscilan entre los 900 mm. y 1200 mm., con una disminución gradual de NE y SO, siendo las estaciones lluviosas el otoño (30,7%) y el verano (29,4%). Las estaciones con menores precipitaciones son el invierno (15%) y la primavera (25%)⁶.

I. 2 Planteamiento del Problema

La ciudad de Paraná tiene un importante patrimonio natural y cultural como atractivos turísticos, los cuales, en su mayoría, no están adecuados a recibir turismo por falta de inversiones, y un trabajo apropiado de capacitación y valoración de los bienes existentes en ellos.

La infraestructura de servicios turísticos es importante y satisface la demanda en temporada alta (julio-agosto), sin ser superada. Y queda ociosa en gran parte del año, lo que dificulta la reinversión y mejora de la calidad en las prestaciones.

Pese a ello la actividad turística no es significativa y se encuentra desde hace varios años con una fuerte estacionalidad y estancamiento (1,4% de crecimiento promedio en 5 años)⁷ que se contrapone con los recursos turísticos existentes (Eventos, pesca, patrimonio natural y cultural) de poco desarrollo, y que tienen sus mayores capacidades en lo que es hoy su temporada baja.

El patrimonio natural (Parques urbanos, zonas costeras y anegadizos, río e islas), numerosos en el ejido urbano y en zonas cercanas, no tienen una política de

⁶ SEAMSE-INCOSIV. Capítulo 2. Aspectos Biofísicos de Entre Ríos. Paraná. 2013. P. 8-14.

⁷ SEAMSE-INCOSIV. Capítulo 4. Aspectos socioeconómicos de Entre Ríos. Paraná. 2013. P. 56.

conservación, control, resguardo y aprovechamiento turístico, lo que hace muy peligroso su sostenimiento e incorporación como atractivos turísticos, por el riesgo que significa la posibilidad de ser impactados negativamente. Además, existe población cercana que realiza extracción de madera en forma de leña y postes, paja para techos y la caza y pesca de las especies existentes como sostén familiar, sin que exista una política de control, seguimiento y limitación de estas actividades, atentando de manera directa en la conservación y preservación de la biodiversidad existente. La falta de valorización de estas áreas, de programas de formación y capacitación de estos pobladores, así como de alternativas que permitan su integración, limita sus posibilidades de inclusión social y económica, e impide la mejora en su calidad de vida y la sostenibilidad del área.

Los festejos del bicentenario (1816-2016) dieron la oportunidad de tener un contacto más intenso con el patrimonio natural y cultural, especialmente en lo que se refiere al patrimonio arquitectónico y saneamiento ambiental. Las organizaciones no gubernamentales, fueron actores activos en las distintas comisiones que se constituyeron, y serán actores claves para alcanzar la sostenibilidad de la ciudad.

Los temas referidos al ambiente son los que más tuvieron eco en la comunidad, y sobre los que más se destinaron recursos económicos, tanto del Estado como de empresas privadas, a través de programas de responsabilidad social y limpieza de espacios naturales costeros. No tan así ha sido su relación con el patrimonio cultural, ya que la comunidad ha tenido una relación ambigua con los bienes culturales. Un sector de la población apoya y participa en su conservación, mientras que otro revela un desinterés importante, al punto que se han perdido algunos de los edificios de época identificados y fichados⁸, que fueron demolidos por sus propietarios durante las noches del fin de semana, donde la actividad de control no se desarrollaba. Esto evidencia que la política de preservación y difusión del patrimonio cultural es muy endeble, con consecuencias importantes por la desaparición y pérdida de parte de los bienes⁹.

⁸ MUNICIPALIDAD DE PARANA. Consejo deliberante. Ordenanza 8563. Paraná 2006. P. 21.

⁹ Once Digital. Artículo “Los edificios siguen arrasando con las antiguas casas en Paraná”. 2013.

La ciudad tiene un contexto sociocultural y económico organizado institucionalmente e involucrado en el resguardo de su patrimonio, lo que demuestra un alto interés de las instituciones privadas, en el desarrollo de una política turística sostenible, inclusiva e integral.

Es importante destacar que la ciudad posee una estructura política institucional de turismo organizada y jerarquizada dentro del municipio, lo que permite inferir la posibilidad de avanzar en una planificación turística sostenible. Lamentablemente, en los últimos 20 años no se definió un plan, ni se fijaron objetivos de mediano y largo plazo, que permitan tener una prospectiva o metas a alcanzar, tanto para los posibles inversores como para los empresarios del sector turístico local.

I. 3 Justificación de la necesidad del proyecto

Paraná revela un número importante de atractivos para poder desarrollar la actividad turística, con un impacto significativo en su economía y resguardo de su patrimonio natural y cultural. La estacionalidad mencionada que posee y la subocupación de la infraestructura existente en estos últimos años, está en directa relación con la falta de una política de desarrollo turístico sostenible a mediano y largo plazo.

El fuerte carácter administrativo, político y comercial de la ciudad que le imprime el ser la capital de la provincial, no impulsó el potencial turístico que posee, ni promovió el interés en las posibilidades y potencialidades del uso sostenible de los bienes naturales y culturales existentes. Esto debilitó la identidad cultural del residente, la falta de espacios naturales y recreativos que mejoren la calidad de vida de sus habitantes, y la implementación de alternativas inclusivas a pobladores que se encuentran en la zona periférica a la ciudad, aledañas a muchos de los potenciales atractivos turísticos.

Las organizaciones no gubernamentales, en un número importante realizan tareas de preservación y rescate de valores y tradiciones, pero se ven limitadas tanto económicamente como en la toma de decisiones de políticas de conservación. El Estado, si bien ha diseñado normas, se ha quedado solo en eso, y no implementa

propuestas que aglutinen los esfuerzos y voluntades del sector de la comunidad preocupado por el bien patrimonial, algunos de estos muy dinámicos y activos. Estas organizaciones representan un pilar importante en la definición de estrategias y políticas de desarrollos sostenibles a mediano y largo plazo. Su know how y predisposición en el impulso de acciones tendientes al rescate, preservación y uso sostenible de los bienes, los transforman en uno de los importantes aliados a considerar en la implementación de las estrategias. Son grupos de interés que pueden potenciar algunas acciones, o por el contrario hacerlas fracasar si no tienen muy en claro los objetivos de las mismas.

Es importante fortalecer el sentimiento de pertenencia y apropiación de los bienes por parte de la población, ya que este se presenta débil, para posteriormente y adecuadamente, llevar adelante programas de desarrollo sostenibles, que contemplen los bienes naturales y culturales y las interrelaciones con la comunidad y los turistas.

El proyecto de desarrollar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ciudad de Paraná, permitirá contar con una herramienta de gestión en la implementación de un proceso de desarrollo ordenado, y de crecimiento equilibrado, que beneficie a la comunidad en su conjunto mejorando la calidad de vida de la población.

Seguramente, algunas de las propuestas que se generen de este proyecto exigirán la implementación de nuevos proyectos, programas y acciones que deberán tener en cuenta los objetivos, restricciones y ponderaciones que a modo de recomendaciones se plantearán en el Plan.

I. 4 Supuestos

Existen supuestos sobre la ciudad y sus residentes que no han sido confirmados por ningún estudio, pero que se dan por válidos y forman parte de la conciencia colectiva comunitaria. Algunos de ellos formaron parte de slogans de campañas promocionales turísticas.

Supuesto 1. “Paraná es la ciudad paisaje”. La ciudad es reconocida popularmente, a nivel regional y nacional como la ciudad paisaje, dada su situación de estar elevada del río, y sus barrancas haber sido transformadas en un parque público de 44hs¹⁰, de gran belleza, diseñado por el famoso arquitecto paisajista francés Carlos Thays, y que se vincula con el río a través de una importante costanera que la recorre en todo su trayecto. Esto se suma a la imagen elocuente que muestra, desde la costa Santafesina, paso obligado para acceder por uno de sus principales accesos a la ciudad, el túnel subfluvial.

Fue promocionada por mucho tiempo como la postal del Río Paraná y este reconocimiento impacta favorablemente en el interés del potencial turista.

Supuesto 2. “Viví el río en Paraná”. Dado que gran parte del desarrollo de la ciudad está a la vera del río Paraná, como vemos en la imagen 4, se repite popularmente esta frase que da cuenta del potencial existente, y del interés que el río despierta en los residentes y visitantes. Tanto es así que, como si fuera un slogan, se ha incorporado en campañas de promoción y difusión de las actividades acuáticas.



Imagen 4: Parque Urquiza y Río Paraná. Fondo costa Santafesina.

Supuesto 3. “El paranaense es amigable y presto a ayudar”. Frase, que también es reiterado continuamente por quienes no son de la ciudad y muchos residentes.

¹⁰ TRIPIN. TRAVEL. Parque Urquiza Paraná. Pág. web. 2018.

Popularmente se tiene la convicción de que la gente es abierta y amigable lo que añade un valor agregado al destino. Esta persuasión deviene de las propias características con las que se describe al Entrerriano. Hombre simple, amigable, solidario, respetuoso y atento que le han dado quienes transitaron la provincia y le valió su reconocimiento a nivel regional.

Cabe aclarar que ninguno de estos supuestos ha sido confirmado por ningún estudio, pero hay que tenerlos en cuenta, porque desnudan las expectativas con las que muchos turistas pueden llegar a la ciudad, y que tienen también parte de los residentes, y así evitar posibles decepciones e impactos negativos.

I. 5 Restricciones

Acceso a la Información pública estadística. Dado que la mayor parte la información estadística depende del Estado, existen algunos procesos administrativos para acceder a ella.

Temporada Vacacional. Los meses de enero y febrero son vacacionales en Argentina, por lo que las prestaciones públicas son reducidas y el sector privado se encuentra en receso o guardias pasivas. Esto podría perjudicar el acceso a la información ya que coinciden con los meses de la investigación.

Acceso a áreas potenciales de desarrollo turístico tanto naturales y culturales. Fundamentalmente las naturales que dependen de los organismos oficiales municipales y provinciales, y es necesario contar con los permisos correspondientes. En algunos casos son actualmente difíciles de acceder por tierra (Islote, anegadizos, parque las piedras) ya que los caminos internos se han transformado en senderos y los accesos vehiculares no tienen caminos firmes por los que transitar.

Con respecto a las potencialidades culturales, fundamentalmente museos y sitios históricos o de valor turístico, muchos de ellos forman parte de los periodos de recesos vacacionales con lo que existen ciclos de cierre temporales.

I. 6 Objetivos General y de Producto.

I. 6. 1 Objetivo General.

Diseñar un Plan de desarrollo que permita contribuir al desarrollo turístico sostenible de la Ciudad de Paraná

Objetivos Específicos.

- Describir la situación actual de la ciudad de Paraná como destino turístico actual y potencial, que nos permita identificar los recursos naturales y culturales, así como la planta turística disponible.
- Definir líneas estratégicas turísticas sostenibles, que posibiliten mejorar la calidad de vida de la población y su inclusión en los beneficios del turismo.

I. 6. 2 Objetivo del producto.

Definir un plan de desarrollo sostenible que permita:

- Diversificar la oferta turística del destino.
- Añadir valor y calidad a los productos y servicios que haga más competitivo el destino.
- Incrementar el nivel de aceptación y satisfacción del residente respecto de la actividad turística.
- Proponer normas y usos sostenibles que promuevan el desarrollo de la ciudad.
- Fomentar y fortalecer emprendimientos sostenibles locales.
- Fortalecer las instituciones del sector (Públicas, Privadas y Mixtas).
- Lograr una coordinación eficiente entre las distintas dependencias del sector público relacionadas con la actividad turística.
- Fomentar la relación y coordinación entre el sector público y el sector privado.

CAPITULO II. Marco teórico

El proyecto busca como resultado, diseñar un Plan de Desarrollo del Turismo sostenible para la ciudad de Paraná, para ello es importante conceptualizar en primera instancia, que es el turismo sostenible. Entendiendo que hoy en día, es inadmisibles pensar en el desarrollo del turismo que no esté intrínsecamente relacionado con la sostenibilidad.

II. 1 Turismo y Sostenibilidad

Con base a lo anteriormente expresado, entiéndase que turismo sostenible es tomar para el desarrollo y gestión de la actividad turística, los principios del desarrollo sostenible sectorizado en una actividad económica. El turismo.

La OMT define al turismo sostenible como *“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”*.¹¹

Esta definición indica que todas las formas de turismo deben estar involucradas en alcanzar la sostenibilidad al igual que los destinos, y que necesariamente debe trabajar en forma equilibrada en las tres dimensiones sostenibles sociocultural, medioambiental y económica con una perspectiva a largo plazo.

Sobre el desarrollo sostenible del turístico la OMT indica:

“Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de

¹¹ OMT. Glosario. Definición conceptual de Turismo Sostenible. documento en línea. 2018

*sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo”.*¹²

A lo que, agrega, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

También destaca la importancia de garantizar la participación de actores relevantes y de interés sobre el proyecto, y un liderazgo político que fortalezca la colaboración y consensos necesarios. La sostenibilidad se logra en un proceso continuo, con un seguimiento permanente de los impactos que permitan introducir las medidas correctivas o preventivas necesarias.

Es igualmente importante en el turismo sostenible, la satisfacción de los visitantes y el impacto que deja en ellos está singular experiencia, donde no solo destaca el destino y sus atractivos, sino también la toma de conciencia sobre la problemática de la sostenibilidad y la posibilidad del visitante de ser parte de la solución, fomentando las practicas responsables no solo en la actividades turísticas, sino en un cambio de hábitos de conducta que permita alcanzar una mejor calidad de vida.¹³

¹² OMT. Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos. biblioteca UCI. 2006. P. 11

¹³ OMT. *Op. Cit.* 12

El conocimiento de la realidad ambiental, sociocultural y económica de la ciudad, permitirá orientar las estrategias y acciones a definir desde el turismo, con el objetivo de obtener un impacto que haga sostenible y competitiva la actividad, mejorando a su vez la calidad de vida de la población y la satisfacción de turistas y residentes.

II. 2 Turismo Sostenible y Patrimonio

Dos atractivos importantes que posee la ciudad a incorporar en el proyecto, están vinculados con el patrimonio natural, conformado por las áreas naturales con distintos grados de protección (Anegadizos-Parque Las Piedras e Islote municipal), y un importante patrimonio cultural identificado en la ciudad.

Conceptualmente se entiende por patrimonio *al conjunto de bienes y derechos heredables, pertenecientes a una persona, comunidad o pueblo; pueden ser locales, regionales y nacionales; y se los denomina Patrimonio Cultural Tangible, Intangible y Natural*¹⁴.

La ONU determinar qué elementos forman parte de patrimonio cultural y natural.

Como patrimonio cultural se consideran: *“los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico”*

¹⁴ ONU. Convención sobre la protección del patrimonio mundial, natural y cultural. 1972. 16 Pág.

Como patrimonio natural: *“Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies, animal y vegetal, amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico. Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural”*¹⁵

Con respecto al patrimonio cultural inmaterial, la ONU lo define como: *“los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural”*¹⁶

La relación entre el patrimonio natural y cultural de un destino y el turismo sostenible, queda claramente expresada en la Carta Mundial de Turismo Sostenible +20, presentada y adoptada en la Cumbre Mundial de Turismo Sostenible, realizada en Victoria-Gasteiz en 2015. La define de la siguiente manera: *“El patrimonio es uno de los motores principales del turismo, y el turismo sostenible debe ser entendido como el motor del desarrollo de los sitios patrimonio. La conservación, la protección y la puesta en valor, de forma inteligente y responsable, del patrimonio natural y cultural, representa por lo tanto un ámbito privilegiado para la cooperación y la innovación.”*¹⁷

Asimismo, hace un llamamiento a la acción para alcanzar la sostenibilidad turística a los principales actores del turismo. En referencia al patrimonio determina que:

Los gobiernos y organizaciones internacionales deberían: *“Integrar la conservación del patrimonio cultural y natural en la planificación del turismo, poniendo especial*

¹⁵ ONU. Convención sobre la protección del patrimonio mundial, natural y cultural. 1972. 16 Pág.

¹⁶ ONU. Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial. 2003. 14 Pág.

¹⁷ Carta Mundial por un Turismo Sostenible. 2015. 34 Pág.

atención en el patrimonio intangible dada su extrema vulnerabilidad por alteración o deterioro;”.

Los destinos y comunidades anfitrionas asegurarse de: *“Preservar el conocimiento de los mayores relacionado con las tradiciones y el patrimonio cultural y natural, y que este se transmita eficazmente a los jóvenes como medio de integración intergeneracional de la sostenibilidad;”*

La industria del turismo debe: *“Contribuir a la creación, desarrollo e implantación de productos y servicios turísticos sostenibles que fomenten el uso respetuoso del patrimonio natural y cultural, y que transmitan los valores del destino y su identidad a través de la experiencia turística;”*

Del mismo modo promueve que los consumidores deben adoptar una posición responsable utilizando los productos y servicios locales más sostenibles, reconociendo el impacto social y económico que estos generan.

II. 3 Turismo Sostenible y Territorio

El proyecto involucra a la ciudad, su contexto y áreas periféricas, por lo que la intervención tendrá incidencia sobre la planificación del territorio desde la perspectiva de la actividad turística. En este sentido, es importante establecer la relación entre el turismo y la planificación del territorio urbano y periférico.

Como se señaló, el turismo sostenible busca mejorar la calidad de vida de la población, y la satisfacción de turistas y residentes. Esto obliga, como se planteó en el apartado de turismo y sostenibilidad, a tener en cuenta los aspectos ambientales, socioculturales y económicos del destino, y planificar las acciones necesarias para hacer posibles los objetivos planteados.

Se concibe a la planificación estratégica como la herramienta adecuada para el logro de este fin, ya que involucra la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones destinados a acercarse a él, y examinar los resultados y las

consecuencias de esas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas. De este modo, *“se puede definir la planificación estratégica como un proceso y un instrumento”*. El proceso trata del conjunto de acciones y tareas que involucran a los actores del territorio, en la búsqueda de claridades respecto al quehacer, y estrategias adecuadas para su perfeccionamiento. En cuanto al instrumento, constituye un marco conceptual que oriente la toma de decisiones encaminada a implementar los cambios que se hagan necesarios¹⁸

La OMT define al plan estratégico como *“...un proyecto integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de muy diferentes realidades (paisaje, empresas, infraestructuras, equipamientos, entorno social, patrimonio, etc.)”*¹⁹.

Además, es importante destacar que la participación y el consenso en la toma de decisión es uno de los propios objetivos del plan.

II. 4 Turismo y Cambio Climático

Alcanzar la sostenibilidad turística de un destino, involucra definir estrategias enmarcadas en una política de lucha contra el cambio climático (CC). Este es hoy un tema ineludible en cualquier actividad a desarrollar, incluso en nuestra vida cotidiana. La toma de conciencia en la responsabilidad que tenemos en ser actores activos frente al CC, obliga a incorporar acciones de mitigación y adaptación como: La reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) con el uso de energías alternativas, renovables y limpias; incorporación de avances tecnológicos; cambios de hábitos socioculturales; educación ambiental; etc. Y el turismo puede ser un actor importante en estos aspectos.

En el documento base de la II Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo (Davos, 2007), la OMT expuso los desafíos que enfrenta la actividad

¹⁸ CEPAL. Guía Conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo. 2003. P 58

¹⁹ OMT. Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. 1999. P 62

turística mundial y que deben ser las principales preocupaciones y ocupaciones sobre las que tiene que trabajar el turismo: El cambio climático y la mitigación de la pobreza.

El CC impacta sobre hombre en su estilo de vida, economía, salud y bienestar, por lo que es un factor decisivo que afectará el desarrollo y la gestión de los destinos turísticos, su competitividad y su sostenibilidad. Tiene repercusiones climáticas directas y con ello en el desarrollo de la estacionalidad (playa, nieve, etc.); cambios ambientales con la pérdida de biodiversidad, degradación de la estética paisajística, alteraciones en la producción (con ello en el turismo vinícola por ej.); peligros naturales, erosión e inundaciones, etc. Estos impactos tienen repercusiones indirectas con cambios sociales como consecuencia de los efectos anteriormente mencionados.²⁰

En la Cumbre Mundial de Turismo Sostenible +20 (2015) se acordó entre otros aspectos: *“El turismo debe responder de forma activa y de manera urgente al cambio climático, en el marco evolutivo de las Naciones Unidas, reduciendo progresivamente sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) para poder crecer de manera sostenible;”*²¹

El control y medición del dióxido de carbono (CO₂), como principal gas de efecto invernadero es uno de los objetivos fundamentales de la OMT sobre la actividad, para ello fija 4 estrategias básicas de mitigación:

- 1- El uso de menos energía. Modificando las pautas de transporte para pasar del uso mayoritario del automóvil y el avión a un mayor uso del ferrocarril y el autobús e incorporando nuevas tecnologías más eficientes y menos contaminantes;
- 2- La mejora en la eficiencia energética. La aplicación de las nuevas tecnologías al turismo, permiten tener como objetivo una reducción de las emisiones al

²⁰ OMT, PNUMA y Org. Meteorológica Mundial. Cambio climático y turismo. Resumen. 2007. P 6

²¹ Carta Mundial por un Turismo Sostenible. 2015. 34 Pág.

año 2035 de hasta el 32% en el transporte aéreo en una relación Pasajero /Km; 14% en Alojamiento; 7% en automóviles;

- 3- El uso de energía renovable. Todas las fuentes renovables de energía son aplicables al turismo, incluidas la eólica, la fotovoltaica, la helio térmica, la geotermal, la biomasa y la regeneración de energía mediante desechos, etc.;
- 4- Almacenamiento de CO₂ en la biomasa (por ejemplo, plantando árboles o evitando la deforestación), en acuíferos u océanos y en sumideros geológicos (por ejemplo, yacimientos de gas agotados). En el turismo se procede de ese modo mediante compensaciones o contrapartidas de las emisiones de carbono, es decir, reduciendo en otra parte, como por ejemplo plantando nuevos árboles, una determinada cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero equivalente a la generada por otra actividad (por ejemplo, el vuelo de un avión).²²

²² OMT, PNUMA y Org. Meteorológica Mundial. Cambio climático y turismo. Resumen. 2007. P 20-22

CAPITULO III. Marco Metodológico

El avance en la etapa investigativa de este proyecto, consistió en un periodo de investigación exploratoria, de enfoque cuantitativo, de toda la documentación existente que abordara los temas de turismo, áreas naturales, patrimonio cultural y natural, y de desarrollo sostenible de la ciudad. Tanto, documentación técnica científica, como estudios desarrollados por los departamentos de investigación de universidades: Universidad Nacional de Litoral (UNL), Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER) y Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Del mismo modo se pudo acceder a trabajos de investigación de consultoras para líneas de créditos internacionales, como de organismos oficiales en cooperación con institutos de turismo.

Los puntos de recolección fueron los organismos oficiales de turismo: Ministerio de Turismo Nacional (MINTUR), Ministerio de Turismo Provincial (MINTURER) y Secretaria de Turismo Municipal (SECTUR); áreas de recursos naturales y de cultura; ente mixto de turismo y sus miembros; portales académicos de internet y sitios de promoción y difusión.

La información recolectada permitió realizar una descripción de la situación de muchos aspectos sensibles a la sostenibilidad ambiental, social y económica de la ciudad y por ende afecta directamente a la actividad turística, lo que permite conocer la línea de base sobre la que se desarrolla el proyecto.

Del mismo modo, la recolección de datos estadísticos es abundante en algunos aspectos, las series de las cuentas satélites en turismo (CST) del MINTUR en alianza con el Instituto de Estadísticas y Censos (INDEC), tiene a la ciudad como uno de los puntos fijos de relevamiento estadístico, lo que permite correlacionar datos de la última década, desde el año 2006 al 2016. También se consultó la *Encuesta de Ocupación Hotelera* (EOH) en lo que concierne a oferta y demanda hotelera, y la serie de *Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares* (EVyTH)

argentinos, que permite conocer los cambios de hábitos y preferencias de los turistas residentes en el país.

A través del Ente Mixto de Turismo (EMPATUR) se accedió a una encuesta realizada a fines del 2017 a 29 actores claves de la actividad turística de la ciudad, con 60 consultas sobre los temas relevantes de interés para el turismo (anexos 3, 4 y 5). Esta información permitió tener un panorama actual de la situación de la actividad, que describe las expectativas y demandas de los actores involucrados.

Además, el municipio, universidades y el EMPATUR también han realizado encuesta en la ciudad, tanto a residentes como turistas, que permiten tener información de satisfacción, consumo de productos y servicios turísticos. También contrastar datos con los obtenidos por el organismo nacional.

En cuanto a la conformación del Proyecto Final de graduación se estructura en 3 fases con 8 Capítulos (ver anexo 2). Fase I: introducción y diagnóstico, organizado en 4 capítulos (introducción, marco teórico, marco metodológico y marco contextual situacional; Fase II: Identificación de líneas estratégicas, con 1 capítulo (formulación de estrategias de desarrollo); y finalmente la Fase III: Planificación y validación del proyecto, desarrollado en 3 capítulos (planificación del desarrollo, validación y recomendaciones). A través de ellos se fundamenta y conforma el plan de desarrollo turístico sostenible para la ciudad de Paraná.

III. 1 Fuentes Primarias

Como fuentes primarias se pudo acceder a distintos documentos de investigación con información confiable de fuentes oficiales y trabajo de campo como:

- CEAMSE; INCOCIV. *Cap 4. Aspectos Económicos*. 2013. Este documento Elaborado para ser presentado ante el Banco Mundial para la obtención de un crédito para la Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU) con el propósito de instalar una planta de tratamiento de residuos en la ciudad de Paraná, nos permitió acceder a información dura sobre la actividad

económica, proceso evolutivo de la población, características socio culturales y nivel de educación.

- Universidad Nacional Del Litoral (UNL). *Análisis de la actividad económica de la ciudad de Paraná*. 2012. 60 Páginas. Este documento del Centro de Estudios de la Universidad, permitió corroborar los datos socioeconómicos y acceder a información dura relevada a través de estudios psicográficos del turista, encuestas sobre satisfacción, preferencias, demandas insatisfechas turísticas.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). *Paraná Emergente y Sostenible*. 2014. Consiste en un informe elaborado entre los responsables del Gobierno Municipal (gestión 2011/2015) y la Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles (ICES) del BID. A través de este documento se accedió a la información de la situación ambiental de la ciudad en la búsqueda de las áreas críticas. Aspectos básicos necesarios a trabajar para hacer más sostenible la ciudad. Temas que el plan turístico debe tener en cuenta en las estrategias y acciones para lograr alcanzar los objetivos de la sostenibilidad.
- Universidad de Entre Ríos (UNER), Municipalidad de Paraná. *Mapa de las Organizaciones Sociales de Paraná*. 2012. Documento en el que se identifican el universo de los actores estratégicos de la ciudad.
- MUZZACHIODI, N., et all. 1998. *Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas de Entre Ríos. Avances y Perspectivas*. Trabajo científico de identificación de las características de flora y fauna de las áreas naturales protegidas de la provincia, que posibilitó identificar el potencial para el desarrollo del ecoturismo en las áreas naturales dentro del ejido de la ciudad como los anegadizos, el parque Las Piedras y el islote municipal.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN: Serie de la *Encuesta de Ocupación Hotelera* (EOH). A través de las que se pudo identificar la situación de la actividad actual, y correlacionar los datos para considerar la evolución o involución de la ocupación hotelera y flujo de la demanda turística; también la

serie de informes de la *Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares* (EVyTH), que permitió tener acceso a las variaciones en las preferencias de los turistas por destinos y productos, el movimiento anual comparativo con otras regiones y las tendencias al consumo de productos turísticos.

- MUNICIPALIDAD DE PARANÁ, SECTUR. *Relevamiento de prestadores de servicios turísticos*. Esta información facilitó conocer el universo de prestadores oficiales de la actividad y la metodología de control y seguimiento de la actividad; el *Informe 2015* del EMPATUR, revela el plan de acción en la promoción del destino y productos, y los mercados sobre los que se trabaja. Esto permitió identificar la falta de estudios de mercado válidos, y que no es claro cuál es el turista objetivo o los segmentos sobre los que definir estrategias promocionales. Trabaja y promociona el destino de manera integral.
- EMPATUR 2017. *PIEDT - Paraná Horizonte 2030. Etapa de diagnóstico*. Octubre 2017. Entrevistas a actores estratégicos del sector turístico con el objetivo de delinear un plan estratégico urbano. Documento de entrevistas y entrecruzamiento de respuestas, realizadas a través de la plataforma de Google formularios, en la que se consultó a 29 actores claves de la actividad, involucrando empresarios, funcionarios, académicos, agentes de viajes y comerciantes. La entrevista cuenta con 60 preguntas abarcando todos los aspectos relevantes de la actividad, y brinda una visión de las potencialidades y falencias desde la mirada del sector y grupos de interés. Esta información fue validada con empresarios y académicos vinculados con el sector turístico.
- Legislaciones (Leyes, Resoluciones y Ordenanzas) que le dan el marco normativo a la actividad, las áreas y atractivo de interés: Ley de Turismo provincial; Ley de Areas Naturales Protegidas Provinciales; Ley de Preservación del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial Provincial; Resoluciones de protección de áreas naturales; Ordenanzas de preservación del patrimonio urbano arquitectónico de la ciudad y nuevo Código Urbano de Uso del Suelo.

III. 2 Fuentes Secundarias

Se accedió a documentación conformada por resúmenes de productos y atractivos de la ciudad, obtenidos de fuentes primarias y compendiados en páginas web, listados y relevamiento de prestadores, productos y servicios turísticos, etc. Documentos conformados por relevamientos realizados por estudiantes en pasantías en los organismos oficiales de turismo, y cedidos por docentes universitarios y estudiantes. Esta información fue contrastada con las organizaciones privadas, consultas a prestadores e investigación web propia.

III. 3 Otras Fuentes

Artículos de promoción y noticias obtenidas de internet, folletos y piezas promocionales tanto del ente de promoción turística municipal como de la secretaria de turismo provincial.

CAPITULO IV. Marco contextual - situacional

IV. 1 Situación Socioeconómica

Siendo Paraná la capital de la provincia de Entre Ríos y sede del gobierno provincial y las delegaciones del gobierno nacional, es una ciudad con un fuerte perfil administrativo y comercial.

Según los “Aspectos socioeconómicos” INCOCIV (2013)²³, que se realizara para la obtención de un crédito internacional del programa Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU) del Banco Mundial (BM), la ciudad de Paraná cuenta en el último censo oficial del 2010 con 235.967 habitantes, la más importante de la provincia. Además:

- La actividad económica al mismo año. Arroja que la población ocupada es de 120.915, la desocupada de 7.598 y la inactiva 62.303, para un total de 190.816. La tasa de actividad es de 52%, en tanto la de ocupación del 49% y la tasa de desempleo de 5,9%²⁴.
- La relación del ingreso familiar per cápita es de 7,6. Es decir que el ingreso familiar de los más ricos es de 7,6 veces más alto que el de los más pobres. La media está en 3,4 veces.
- El 99,3% de la población de 6 a 11 años tiene nivel de educación primaria y 77,8% de la población de 15 a 17 años termina la secundaria. Es decir, prácticamente el total de los niños tiene educación primaria y 1 de cada 5 adolescentes no asistió a la educación secundaria.

²³ SEAMSE-INCOSIV. Capítulo 4. Aspectos socioeconómicos de Entre Ríos. Paraná. 2013. P. 21, 55 y 58.

²⁴ Dirección de estadísticas y censos. Comparativa censo 2001 y 2010. 2012

Otro aspecto importante que caracteriza a la ciudad es ser sede de la mayor parte de la oferta educativa provincial terciaria y universitaria, con lo que existe un importante movimiento de jóvenes, principalmente de marzo a diciembre, coincidente con la temporada de cursados. La ciudad concentra la mayor oferta de formación universitaria de la provincia, por lo que se transforma en un nodo educativo muy importante. Según la Subsecretaria de Gestión y coordinación de Políticas Universitarias en Entre Ríos²⁵ hay 48.000 estudiantes y cerca del 40% se concentran en Paraná.

IV. 2 Situación Cultural

IV. 2. 1 Política cultural y legislaciones

La municipalidad de la ciudad, así como el gobierno provincial tienen Secretaria y Ministerio de Cultura respectivamente. A raíz del Bicentenario del país, y habiendo transcurrido parte de la historia nacional en esta ciudad, se ha desarrollado un programa de identificación del patrimonio urbano arquitectónico, y se han adherido a leyes nacionales de preservación y rescate del patrimonio cultural²⁶. A saber:

- Legislación nacional. Ley N° 12.665, creación de la comisión nacional de museos y de monumentos y lugares históricos.
- Ley N° 27.103. Modificación de la Ley N° 12.665, incorpora los bienes históricos.
- Política ambiental nacional. Ley N° 25.675. Ley general del Ambiente. Bien jurídicamente protegido
- Convenciones. Ley N° 26.118 del patrimonio cultural inmaterial.

²⁵ Alonso Laura. Discurso presentación Programa “Universidad y Trabajo Argentino en el mundo”. Prensa

²⁶ LEGISLACIONES VIGENTES AL 2015. 2015. p37

- Legislación provincial. Ley N° 6676, declara de interés histórico-cultural los edificios, monumentos, lugares y sitios.
- Legislación municipal. Ordenanza N° 7305, crea el programa de preservación cultural, histórico, monumental y ambiental.
- Ley Provincial de Turismo N° 9.946.

Pese a ello no se ha desarrollado un trabajo de toma de conciencia con los ciudadanos, ya sea a través de programas de concientización y formación de líderes culturales.

IV. 2. 2 La comunidad y su patrimonio.

El Bicentenario dio la oportunidad de tener un contacto más intenso con el patrimonio cultural, arquitectónico y ambiental. Las organizaciones que se mencionan anteriormente, son actores activos en las distintas comisiones que se han constituido. Los temas referidos al ambiente son los que más han tenido eco en la comunidad y sobre los que más esfuerzos económicos se han destinado, tanto del estado como de empresas privadas a través de los programas de responsabilidad social.

Con respecto al patrimonio cultural y arquitectónico, participan activamente las instituciones vinculadas directamente, como los colegios de arquitectos e ingenieros, y algunas asociaciones que estudian la historia de la ciudad o de alguna de las corrientes inmigratorias. Las empresas tienen una relación más distante con el patrimonio, lo respetan, pero no participan en su conservación y puesta en valor.

Como se menciona en el punto I. 2 Planteamiento del Problema, la comunidad ha tenido una relación ambigua con el patrimonio cultural. Mientras un sector de la población, apoya y participa, otro manifiesta un importante desinterés, lo que ha provocado la pérdida de bienes culturales ya identificados y fichados²⁷ por demoliciones clandestinas.

²⁷ MUNICIPALIDAD DE PARANA. Consejo deliberante. Ordenanza 8563. Paraná 2006. P. 21.

La política de preservación y difusión del patrimonio cultural es muy endeble, con consecuencias importantes en la desaparición de bienes, y sin recursos suficientes para su mantenimiento. Se otorga un beneficio impositivo a su propietario y se le exigen numerosas restricciones para su intervención. Esto, en la lectura de la comunidad, desvaloriza comercialmente la propiedad, ya que no hay una política de reivindicación y promoción del bien, ni del valor identitario que tiene. En general la comunidad desconoce la historia y el valor patrimonial del bien.

IV. 2. 3 Elementos Patrimoniales de la Ciudad.

Los elementos patrimoniales identificados en esta ciudad, que se enumeran en las Tablas 1 y 2, cumplen distintas funciones vinculados con la vida social y administrativa de la misma. Pero solo los ciudadanos que conforman alguna organización relacionada a la preservación y conservación realmente valoran su importancia cultural. Para los demás, la mayoría, no pasa de ser una vieja construcción, bonita y monumental en algunos casos, pero que no le reviste mayor significancia que el propio impacto visual o funcional. Lo mismo sucede con algunas expresiones culturales como fiestas populares, que no se difunde su origen e importancia con lo que gran parte de la población no la comprende, minimiza y tiene expresiones despectivas como “esos bailes y cosas raras” que hacen algunos grupos sociales.

En síntesis, la ausencia de campañas de concientización sobre el valor del patrimonio ha hecho que no se tenga conocimiento de la historia de la ciudad, ni de los elementos que fueron construyendo su cultura. El conocimiento sobre las tradiciones, artesanías, monumentos y edificios históricos están en poder de profesionales e interesados, pero no en el común de la población, quienes se relacionan con el bien por la función que este tiene y no por su significado patrimonial.

Inventario de patrimonio identificado en la Ciudad de Paraná

Tabla 1. Monumentos, Edificios y espacios Históricos Urbanos y Naturales con declaración. Elaboración propia

Denominación	Función en la comunidad	Nivel de Funcionalidad turística	Declaración de Interés patrimonial
--------------	-------------------------	----------------------------------	------------------------------------

Monumentos Históricos			
Biblioteca Popular	Uso: Público/Educativo	Principal	Monumento Histórico Nacional en 2006
Capilla Norte Parroquia San Miguel Arcángel	Uso: Religioso	Secundario	Monumento Histórico Nacional en 2000
Casa de gobierno	Uso: Sede gubernamental	Secundario	Monumento Histórico Nacional en 1989
Catedral metropolitana Palacio episcopal y Museo Episcopal	Uso: Religioso/ Público	Secundario/ Principal	Monumento Histórico Nacional en 1942
Colegio de Ntra. Sra. del Huerto y Capilla (ex senado Nacional)	Uso: Educativo	Incidental	Monumento Histórico Nacional en 1942
Escuela del Centenario	Uso: Educativo	Incidental	Monumento Histórico Nacional en 2009
Escuela Normal Superior J.M. Torres	Uso: Educativo	Incidental	Monumento Histórico Nacional en 2009
Teatro 3 de Febrero	Uso: público	Principal	Monumento Histórico nacional en 2008
Edificios Históricos			
Banco de Entre Ríos	Uso: Público/Banco	Incompatible	Municipal 1990 y Provincial 2003
Banco Nación	Uso: Público/Banco	Incompatible	Municipal 1990 y Provincial 2003
Casa de la Cultura	Uso: Público	Principal	Municipal 1990 y Provincial 2003
Club Social	Uso: público encuentros/eventos	Principal	Municipal 1990 y Provincial 2003
Escuela Enrique Carbó	Uso: Educativo	Incidental	Municipal 1990 y Provincial 2003
Escuela N°5 Manuel Belgrano	Uso: Educativo	Incidental	Municipal 1990 y Provincial 2003
Hotel Plaza	Uso: Oficina/Residencial	Incompatible	Municipal 1990 y Provincial 2003
Museo de Ciencias Naturales	Uso: Público/Museo	Principal	Municipal 1990 y Provincial 2003
Museo y Archivo Histórica Martiniano Leguizamón	Uso: Público/Museo	Principal	Municipal 1990 y Provincial 2003
Museo Provincial de Bellas Artes	Uso: Público/Museo	Principal	Municipal 1990 y Provincial 2003
Palacio de Correos	Uso: público/Correo	Incidental	Municipal 1990 y Provincial 2003
Palacio de Educación	Uso: Sede gubernamental	Incompatible	Municipal 1990 y Provincial 2003
Palacio de Justicia	Uso: Sede gubernamental	Incompatible	Municipal 1990 y Provincial 2003
Palacio Municipalidad de Paraná	Uso: Sede gubernamental	Incidental	Municipal 1990 y Provincial 2003
Espacios históricos urbanos ambientales			
Plaza 1º de Mayo 1er fuerte del emplazamiento de los 1ros habitantes.	Uso: Público	Principal	Municipal 1990

Plaza Carlos María de Alvear	Uso: Público	Principal	Municipal 1990
Puerto Sánchez. Barrio de Pescadores artesanales	Uso Público/Residencial	Principal	Municipal 1990
Espacios Naturales			
Parque Urquiza	Uso: Público	Principal	Municipal 1990
Anegadizos	Sin Uso	Ninguna	Municipal 2000 y Provincial 1998
Parque las piedras	Sin Uso	Ninguna	Municipal 1998 y Provincial 1998
Islote municipal	Sin Uso	Ninguna	Municipal 1998

Tabla 2. Monumentos conmemorativos, fiestas y eventos tradicionales y expresiones de interés cultural. Elaboración propia

Denominación	Emplazamiento	Nivel de Funcionalidad turística	Observaciones
Monumentos			
En Honor al Gral. José de San Martín	Emplazado en plaza 1º de mayo	Principal	Inaugurado en 1910
En Honor al Gral. Justo José de Urquiza	Emplazado en Parque Urquiza	Principal	Inaugurado en 1920
De la Memoria	Plaza E. Carbó	Principal	Inaugurado en 1995
Yaguareté	En Parque Urquiza	Principal	Emplazo en 1935
Fiestas y Expresiones Culturales			
Contra festejo llamada de los tambores	Callejero	Principal	Rememora la cultura afro paranaense
Mercado Artesanal	Uso: Público	Principal	
Fiesta de las Colectividades	Costanera	Principal	Expresión de las tradiciones de inmigrantes
Fiesta Nacional del mate	Itinerante en la ciudad	Principal	Honra la infusión indígena y tradicional
Fiesta de Disfraces	Popular/masiva	principal	Fiesta Disfraces más grande de Latinoamérica
Noche de Pijamas	Callejero Biblioteca popular	Principal	Cuenta cuentos para niños y lectura infantil
Noche de Museos	Público	Principal	Se abren los museos hasta la media noche
Paseo de arte callejero	Peatonal San Martín	Principal	Emplazadas en 1999

IV. 3 Situación Ambiental

A finales del año 2014 la Ciudad de Paraná recibió un informe generado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) “Paraná emergente y sostenible”. Un informe que establece los servicios críticos que tiene la ciudad y sobre los que es necesario fijar políticas gubernamentales.

Este documento establece que los 4 servicios críticos más urgentes de Paraná son los residuos sólidos, el agua potable, las cloacas y los desagües/drenajes²⁸.

IV. 3. 1 Residuos Solidos

Uno de los datos sobresalientes del informe indica que cada habitante paranaense produce 1,2 Kg. de residuos por día, 50 gramos más que la media nacional, de 1,15 Kg. por persona. Del estudio también se desprende que se desechan 300 toneladas de basura por día en la ciudad. El 60,85% corresponde a residuos orgánicos y el 39,15% restante, a inorgánicos (cuadro resumen 1).



Cuadro 1. Resumen basura urbana

Indudablemente que la gestión de residuos sólidos urbanos es una de las áreas clave para la sostenibilidad ambiental de la ciudad. Máxime considerando que, hasta el 2014, la deposición final se realizaba en un 92% en el denominado “Volcadero”, vertedero a cielo abierto, y el porcentaje restante 8%

en microbasurales clandestinos en distintos puntos de la ciudad, que actúan como tales desde hace varios años. El impacto es mayor si tenemos en cuenta que las quemadas de plásticos y desechos orgánicos son constantes, contaminando el aire que impacta en más del 50% de la población residente, así como la proliferación de roedores, contaminación de arroyos en desmedro de la salud y calidad de vida de

²⁸ BID. Informe Parana emergente y Sostenible.2014. P. 35 y 36.

los pobladores aledaños, y de las familias que viven del cartoneo, recolección de latones y plásticos. De mismo modo los olores de quema y las columnas de humo, impactan directamente sobre el paisaje y disfrute de los atractivos turísticos.



Cuadro 2. Gestión de residuos

Como política de acción el órgano municipal viabilizó la instalación de una planta de tratamiento de residuos que comenzó su funcionamiento a pleno en 2015, pero ésta no fue acompañada de una política de concientización en la

separación de residuos, lo que significó un uso dificultoso de la planta (la basura llega sin separación) y los residuos orgánicos siguen siendo depositados en el Volcadero Municipal. Es importante destacar que aún no se ha avanzado en un relleno sanitario en la ciudad. Hasta abril de 2016 se habían intentado implementar por 4ta vez la separación domiciliaria (cuadro resumen 2).

IV. 3. 2 Agua Potable

Según el mismo informe BID²⁹, el servicio cuenta con adecuados niveles de cobertura y continuidad (93% de hogares con conexiones domiciliarias de agua por red durante las 24 horas), alcanzándose las normas nacionales de calidad de agua potable en el 99% de las muestras bacteriológicas analizadas anualmente.



Cuadro 3. Resumen agua potable

²⁹ BID. Informe Paraná Emergente y Sostenible. Agua. 2014. P. 96 y 97.

El indicador de Agua no Contabilizada (ANC) indica que un 38% de la producción no llega a contabilizarse como consumo, que si bien es un indicador estimado debido a la falta de macromedición y baja micromedición (10%), presenta una señal de alerta, especialmente por el altísimo consumo de agua per cápita (478 litros por persona por día), que significa una situación crítica de derroche del recurso (para OMS un consumo sostenible es de 50-100 lts/día/pna.)³⁰ y de gran presión sobre la producción del mismo. El enorme caudal del Río Paraná “atenta” contra el consumo responsable, al hacer que el recurso resulte prácticamente ilimitado (cuadro resumen 3).

Problemáticas: Alto consumo de agua potable domiciliaria; fuga o pérdidas de 1/3 del agua potable producida; las redes de distribución se encuentran incompletas, especialmente en las áreas de los arroyos que surcan la ciudad, que impacta en la calidad de vida de la población residente; falta de política institucional de uso responsable del recurso.

IV. 3. 3 Saneamiento. Aguas servidas

El servicio de saneamiento cuenta con baja cobertura. Si bien se estima que la extensión de redes en la Ciudad permitiría dar servicio al 68% de la población, la falta de conexión intradomiciliaria hace que actualmente sólo se alcancen niveles de cobertura del 50%³¹ (cuadro resumen 4).

Algunos troncales de conducción se encuentran al límite de su capacidad. No se realiza tratamiento de efluentes cloacales. Los líquidos cloacales recolectados por la red de saneamiento, son vertidos al río

Capacidad de servicio/poblacion	68%
Cobertura de servicio	50%

Cuadro 4. Resumen saneamiento

Paraná directamente. La Ciudad cuenta con un Plan Director de Desagües Cloacales y Disposición final del año 2009, cuya ejecución ha sido lenta.

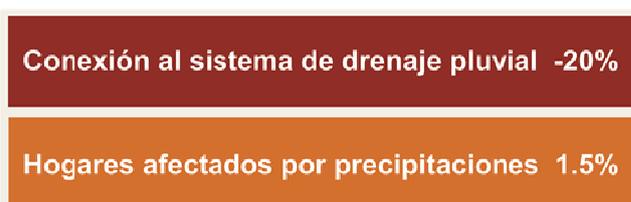
³⁰ OMS. El derecho humano al agua y el saneamiento. 2010

³¹ BID. Informe Paraná Emergente y Sostenible. Agua. 2014. P. 99.

La presencia de la red de saneamiento en los barrios más consolidados, no es garantía de que existan conexiones a todas las viviendas: en muchos casos, el costo de las conexiones a cargo del particular es un desestimulo para el uso efectivo del servicio. En consecuencia, si bien la extensión de la red podría abastecer a un 68% de la población, solo el 50% cuenta con conexión domiciliaria.

IV. 3. 4 Drenaje

Paraná no cuenta con un plan de drenaje urbano, menos del 20% del área urbana está conectada al sistema de drenaje pluvial y 1.50% de los hogares se ven afectados durante las precipitaciones con una frecuencia de ocurrencia igual a 5 años³². (cuadro resumen 5)



Cuadro 5. Resumen saneamiento

La existencia de urbanización ocupando cauces y márgenes naturales, la pérdida de las funciones hidrológicas-hidráulicas y ambientales de los sistemas naturales, la baja cobertura del

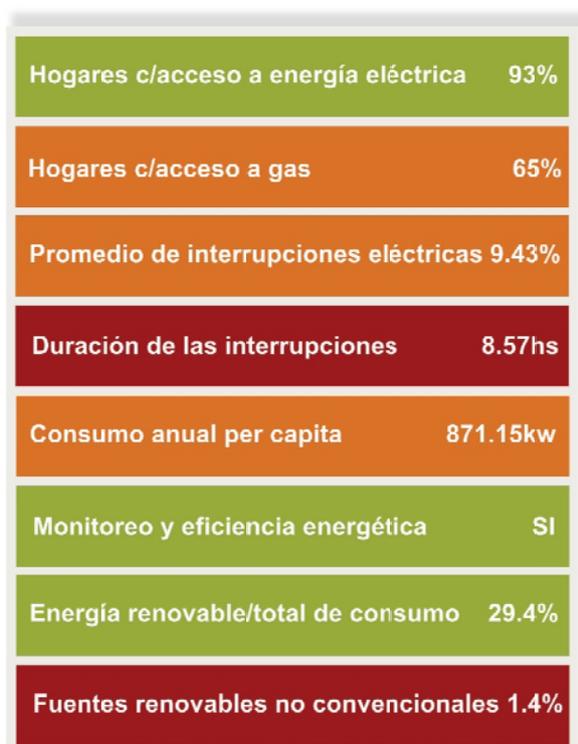
drenaje pluvial y la falta de criterios unificados de las obras existentes, moldea una problemática signada por la ocurrencia de anegamientos, deslizamientos, erosión y formación de avenidas de agua, con las consecuentes pérdidas materiales, sociales y ambientales para la ciudad y sus habitantes.

IV. 3. 5 Energía

Este sector presenta un relativo buen desempeño de acuerdo a la información recolectada. La distribución del servicio eléctrico está a cargo de Energía de Entre Ríos Sociedad Anónima (ENERSA), empresa estatal a cargo, desde 2005, del transporte y distribución de energía eléctrica. El servicio cumple con los requerimientos de calidad tanto nacionales como provinciales, con un buen nivel de cobertura (el 93.7% de los hogares tiene acceso formal a energía eléctrica). Si bien el número de interrupciones anuales, y su duración se encuentran dentro de los

³² BID. Informe Paraná Emergente y Sostenible. Agua. 2014. P. 96 y 97.

rangos aceptables para Latinoamérica, su situación cercana al rango amarillo y su comparación con otras ciudades, que presentan mejor desempeño implican no descuidar la confiabilidad del servicio.



Cuadro 6. Resumen energía

El acceso a gas por red también se encuentra dentro de rangos aceptables de cobertura (65% de los hogares cuentan con conexión domiciliaria de gas).

Las principales debilidades del sector se aprecian en la baja penetración de energías renovables no convencionales (sólo un 29.40% de la provisión total de energía de la Ciudad proviene de ellas), y en el bajo uso local de fuentes de energía renovables no convencionales (1.40%) y en la necesidad de mejorar los esfuerzos por una mayor eficiencia energética de la ciudad, fortaleciendo el

monitoreo y cumplimiento de las normas existentes. (cuadro resumen 6)

IV. 4 Situación Turística

La actividad turística de la ciudad cuenta con importantes atractivos turísticos naturales (El río, playas y áreas naturales públicas y privadas) y culturales (Patrimonios culturales locales, provinciales y nacionales), actividades recreativas principalmente vinculadas con estos atractivos y nocturna (Discotecas, restaurantes, bares y salas de cines) y una relevante infraestructura y servicio turísticos.

El turismo en la ciudad cuenta con el apoyo del 91.3% de los residentes. La performance actual medida en atracción de turistas, la media en la estadía es de 1.9 días con un gasto promedio diario de u\$s 78³³.

IV. 4. 1 Capacidad Turística

Cuenta con 38 establecimientos de alojamiento turísticos, con 2200 plazas disponibles por día y un número importante de restaurantes. En cuanto a la cantidad de pernoctes, según la EOH (2015)³⁴, en julio 2015 (temporada alta) mensualmente se ocuparon 22.936 plazas, con una tasa de ocupación de 36,9. 1,9 días de pernocte promedio anual.

En los últimos años ha presentado un estancamiento en el crecimiento de la visitación. Registró 142.887 turistas para el año 2007 y para 2012 alcanzó 153.158

visitantes anuales. Esto arroja una tasa media de crecimiento para el período del 1,4%³⁵. (cuadro resumen 7)

Apoyo del turismo/residentes	91.3%
Ocupación anual y día	36,9%-1,9días
Gasto Promedio	u\$s 78
Tasa de crecimiento (5 años)	1,4%
Cantidad Establecimientos/plazas	38/2200
Servicio gastronómico	42
Agencias VyT	17
Museos	11

Cuadro 7. Actividad turística

Tabla 3. Cantidad de viajeros y pernotes promedio.
Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera.

Año	Cantidad de viajeros	Pernocte promedio
2007	142.887	1,62
2008	176.517	1,54

³³ UNL. Relevamiento de atractivos turísticos. Capítulo 2. Paraná 2012. P. 35 y 36.

³⁴ Ministerio de Turismo. Encuesta de ocupación Hotelera (EOH). Julio 2015. Subsecretaría de Desarrollo. 2015

³⁵ SEAMSE-INCOSIV. Capítulo 4. Aspectos socioeconómicos de Entre Ríos. Paraná. 2013. P. 56.

2009	164.200	1,58
2010	162.031	1,65
2011	175.765	1,67
2012	153.158	1,86

También, la actividad tiene una fuerte estacionalidad. Entre los meses de enero y febrero el sistema funciona en su totalidad, con una alta ocupación, con impacto en todos los servicios turísticos, principalmente los vinculados con la naturaleza. El mes de julio, asociado a las vacaciones invernales escolares, también presenta un alto movimiento del sistema turístico asociado en este caso al patrimonio cultural, el deporte y la recreación. Los meses de noviembre y diciembre presentan un movimiento medio y el resto del calendario anual es de temporada baja y de casi nula actividad turística³⁶.

Tabla 4: Cuadro de estacionalidad. Sobre datos de UNL (2012). Elaboración propia.

MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov	Dic.
Naturaleza	ALTA	ALTA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	ALTA
Playas	ALTA	ALTA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	MEDIA
Cultura	MEDIA	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	ALTA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA
Recreación	ALTA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	ALTA	BAJA	BAJA	BAJA	MEDIA	MEDIA
Deportes	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	ALTA	BAJA	BAJA	BAJA	MEDIA	MEDIA
pesca	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	MEDIA	BAJA	ALTA	ALTA	BAJA	MEDIA
T. Rural	MEDIA	ALTA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	ALTA	MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	MEDIA
Ocupación	ALTA		ALTA	MEDIA		MEDIA	BAJA		BAJA	BAJA		

La propia dinámica de la ciudad permite ver un importante crecimiento a la generación de eventos deportivos, culturales y de congresos y convenciones desde las propias organizaciones públicas, como a través de empresas turísticas abocadas a la organización de los mismos en paquetes turísticos. Este llevo a pasar de 10 eventos en el año 2005 a 79 en el año 2015³⁷.

³⁶ UNL. Relevamiento de atractivos turísticos. Capítulo 2. Paraná 2012. P. 35 y 36.

³⁷ EMPRATUR. Informe anual turístico. 2015.

En lo que refiere a la estructura de servicios la ciudad cuenta con:

- 7 instituciones vinculadas con el turismo que cubren todos los aspectos de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad (ver Matriz de Stakeholders).
- 17 agencias de Turismo. La mayoría de ellas desarrollan turismo emisor, 3 se dedican al turismo receptor y la organización de eventos, estas tienen al turismo natural y cultural entre su oferta, pero solo en los city tours³⁸.
- 38 establecimientos hoteleros y extrahoteleros, con un total de 2200 plazas disponibles³⁹.

Tabla 5. Cuadro de establecimientos y plazas de la ciudad de Paraná. Elaboración propia

Hoteles	5*	4*	3*	2*	1*	total
Cantidad	1	2	4	4	4	15
Plazas	270	210	280	95	110	965
Extrahoteleros	Residenciales A y B			Complejo de Cabañas		
Cantidad	10			13		23
Plazas	460			775		1235

- 42 establecimientos de servicios gastronómicos. 3 restaurantes de menú internacional, 12 de menú nacional, 8 de cocina criolla y de río, y los restantes están conformados por fast food, bares y carritos de comida al paso⁴⁰.
- 11 museos que cuentan la historia de la ciudad y la provincia desde distintas perspectivas. Temáticas como la artesanía, bellas artes, ciencias naturales, de sitio e interactivo forman parte de su oferta. Dos de ellos, el museo y mercado de artesanía y la casa de la cultura, también realizan exposición y ventas de artistas y artesanos locales de manera permanente⁴¹.

³⁸ Secretaria Municipal de Turismo. Lista de Agencias prestadoras de servicios en la ciudad. 2017

³⁹ AEHGER. Nómina de prestadores de alojamiento asociados. 2017

⁴⁰ Turismo Entre Ríos. Portal turístico. Donde comemos hoy?. 2017

⁴¹ Una Tierra Diferente. Portal oficial de turismo de Entre Ríos. Museos y atractivos culturales.

IV. 4. 2 Encuestas de opinión

En los últimos años se han realizado encuestas de opinión a turistas y prestadores de servicios de la ciudad que arrojaron los siguientes resultados (cuadro resumen 8):

Los estudios Psicográficos⁴² a turistas determinaron que:

- Los visitantes a la consulta: ¿qué motivo los trajo a Paraná?

Los resultados establecieron que: el 61,3 % vino por ocio (placer, descanso, turismo, relax, diversión); el 15 % vino por motivos de trabajo; el 11,3 % llegó por algún congreso o evento; el 3.3 % vino para practicar o ver algún deporte; el 2,9 % por negocios; el 1.8 % se acercó por algún motivo familiar; el 1.7 % llegó por motivos de salud; el 1,5 % lo hizo por motivos de estudio, y el restante 1 % llegó por algún motivo relacionado con la religión.

- A la consulta: ¿Paraná es su destino final de vacaciones o está de paso hacia otro destino? el 65.9 % respondió que eligió a Paraná como destino final, y el restante 34.1 % respondió que vino de paso.

Turistas que eligieron el destino	65.9%
Motivo del viaje - Ocio	61.3%
Motivo del viaje - Trabajo	15%
Motivo del viaje - Eventos	11.3%
Motivo del viaje - Otros	12.4%

Cuadro 8. Resumen de encuesta de opinión

IV. 4. 3 Entrevistas a actores estratégicos

En el marco de delinear el Plan Institucional Estratégico de Turismo (PIEDT) *Paraná, horizonte 2030*, el EMPATUR realizó a fines del 2017, entrevistas a 29 referentes locales del turismo⁴³ (Prestadores y agentes de viajes, instituciones públicas y privadas, y comerciantes) que abarcan un porcentaje relevante de la actividad. (Ver Anexo 3: formulario de entrevistas consultado, y Anexo 4: Resultados de

⁴² UNL. Análisis Psicográfico de la demanda. Capítulo 3. Paraná 2013. P. 39 y 40.

⁴³ EMPATUR. Formulario de entrevista a referentes del turismo (Anexo 1). Paraná. Julio 2017.

entrevistas). El universo participante (Ver Anexo 5: Actores entrevistados), los temas indagados, lo abarcativo de las entrevistas y la contemporaneidad de la consulta, dan solidez a los resultados para ser tenidos en cuenta en nuestro proyecto. Igualmente los resultados de las entrevistas fueron validadas con referentes empresarios y académicos relevantes de la actividad.

Estos determinaron, entre otros, los siguientes resultados⁴⁴:

- el 69,2% cree que Paraná es una ciudad turística y el 23,1% cree que puede llegar a serlo.
- El 80,8% cree que el turismo es beneficioso para la ciudad.
- En la hotelería, el 42,3% cree que hacen falta más hoteles; el 30,8% considera que hay que diversificar la oferta y el 15,4% se debe mejorar la calidad.
- En la gastronomía, el 38,5% entiende que tiene identidad propia; el 34,5% que no la tiene; el restante no sabe.
- Con respecto a la capacitación del personal, un 42,3% cree que es buena; 30,8 regular y 23,1 considera que es muy buena.
- Para la infraestructura de acceso, la mayoría opina que es necesario mejorar las rutas de los accesos; sobre el aeropuerto, más del 60% opina que está bien/muy bien; para la terminal de ómnibus más del 70% opina que esta regular/malo.
- En lo que refiere a la infraestructura pública, un 56,7% opinó que el estado de las calles es malo; el 40% cree que es regular.
- Sobre la señalización, el 80,8% considera que falta y el 15,4% que no hay.

⁴⁴ EMPATUR. Resultados de entrevista a referentes del turismo (Anexo 2). Paraná. Octubre 2017.

- En el ordenamiento del tránsito. Un 60% opinó que es malo y un 36,7% regular.
- El 96,7% considera que es muy dificultoso el estacionamiento del visitante en sitios turísticos.
- Sobre los productos turísticos existentes, los 6 más reconocidos fueron: 1º Automovilismo; 2º Turismo de reuniones/eventos; 3º Deportes; 4º Historia; 5º Gastronomía; 6º Pesca deportiva.
- Y de los productos turísticos potenciales: 1º Turismo de reuniones/eventos; 2º Deportes Náuticos; 3º Gastronomía; 4º Turismo educativo; 5º Deportes; 6º Turismo de Aventura y Turismo Cultural.
- A la consulta sobre los espacios que considera con potencial de desarrollo turístico, respondieron: 1º Parques; 2º Zona bajada Grande (colindante al ANP de los anegadizos); 3º Zona de Islas; 4º Camino Costero; 5º Zona Oeste (parque las piedras/anegadizos)

IV. 4. 4 Perfil de los turistas

Mayoritariamente el perfil de turista que llegan a Paraná, va de una franja etaria de los 30 a +50 años. Las generaciones identificadas como babyboomers (+50 años) con un 40,6%; generación X (de 35 a 49 años) con un 32.3%; generación Y (de 21 a 34 años) 22.0% y; generación Z (-21 años) 5.1%. Con lo que podemos inferir parejas o familias con niños y/ adolescentes, con cierto grado de formación profesional, y que optó por el destino por sus características.

IV. 4. 5 Atractivos Turísticos

La ciudad posee una importante cantidad de atractivos, muchos de ellos con una muy baja o nula explotación turística. Atractivos vinculados con:

IV. 4. 5. 1 La historia y cultura

Fue capital de la Confederación Argentina de 1853 a 1861 que dejó varios monumentos y edificios patrimoniales, así como historias y relatos de viajeros

perfectamente conservados en el museo de histórico provincial y el museo de la ciudad. Pese a ello no existen circuitos ni visitas guiadas que recreen la historia de la ciudad. Además numerosas fiestas y expresiones culturales detalladas en las tablas 1 y 2, son promovidas por la propia comunidad sin mayor organización que la que le provee el voluntarismo ciudadano. Muchas de ellas son representativas de distintas culturas inmigratorias, como alemanes del Volga o “la llamada de los tambores” en lo que otrora fuera el barrio candombero, inmigrantes uruguayos de raíces africanas.

Puerto Sánchez y Bajada Grande son dos atractivos culturales importantes ya que representan al pescador litoraleño, y se puede tomar contacto directo con estos y sus productos. Existen familias que además ofrecen una propuesta gastronómica tradicional de pescado fresco, capturado y cocido en el día, en un ambiente ribereño, simple, expresión de su cultura. La gran mayoría de los asistentes a ambos lugares son residentes locales.

IV. 4. 5. 2 La Naturaleza

El río es su principal atractivo natural y ofrece un gran potencial de desarrollo turístico. Aproximadamente el 40% del límite de la ciudad, al norte y oeste está dado por barrancas y costas al río, además 2 islas enmarcan el paisaje de la capital hacia el río, una de ellas, el Islote Municipal, declarado área natural protegida por resolución nº1561, es de propiedad municipal (Hoy inaccesible). Posee además 4 parques de importantes dimensiones que expresan su vínculo con la naturaleza: el parque Urquiza de 44has; El parque Varisco con 91has; el parque Botánico que se extiende en 54has; el parque Gazzano de 30has; y el parque Toma Nueva que se desarrolla en 85has. Todos ellos con infraestructura y acceso público.

El límite oeste de la ciudad está marcado por una zona de anegadizos de 162has, de jurisdicción estatal, conformada por albardones, bañados y una laguna de 62has. La riqueza de flora y fauna típica de estas formaciones, la transforman en un área natural con un enorme potencial turístico. Hoy no existe un control sobre la zona, ni políticas de preservación y resguardo. Es un área en riesgo, ya que limita con el basurero municipal al aire libre (Volcadero), con el impacto ambiental que esto

representa. Posee, además, una población temporaria vinculada a este, que realiza actividades de caza y extracción de distintos recursos en el área.

Colindante con los anegadizos se encuentra el parque Las Piedras, paisaje protegido por La Ley Provincial N° 8.967 que crea el Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas, y fue declarada área natural protegida municipal por la Ordenanza Municipal N° 7.348. Hoy inaccesible y sin infraestructura. (Ver anexo 10: Mapa de productos potenciales).

En 1997 un trabajo de relevamiento de fauna nativa realizado por N. Muzzachiodi⁴⁵, permitió determinar la presencia de al menos 90 especies de aves, en las escasas 7 has de superficie que posee el Parque, con presencia también en los anegadizos.

Entre ellas, las aves acuáticas poseen varias especies que merodean los bañados y las costas del río Paraná como el macá común (*Podiceps rolland*), el biguá (*Phalacrocorax olivaceus*), la garza mora (*Ardea cocoi*), el chiflón (*Syrigma sibilatrix*), las dos garzas blancas (*Egretta alba*) de mayor tamaño y (*Egretta thula*) más pequeña, y varias especies de patos. Las lechuzas (familia *Strigidae*), los colibríes, carpinteros (*dendrocoláptidos*), los martín pescador son grupos que están presentes en el área con más de una especie. Dentro de la mastofauna del área natural protegida se destacan la comadreja overa o común (*Didelphys albiventris*) y el coipo o “nutria” (*Myocastor coypus*), el carpincho (*Hydrochoerus hydrochaeris*) y el lobito de río (*Lontra longicaudis*), que se lo considera en peligro de extinción e integra el apéndice I de la CITES, son de presencia ocasional.

IV. 4. 6 Productos Turísticos Existentes

IV. 4. 6. 1 Locales

La ciudad cuenta con una oferta de productos turísticos consolidados y comercializados por las 3 agencias de turismo receptivo local. Estos se componen de:

⁴⁵ Muzzachiodi, N. et all. Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas de Entre Ríos.1998

City tours: Las empresas ofrecen un circuito que recorre la ciudad y describe su historia y desarrollo urbano. Recorre los principales atractivos urbanos: Centro, costanera, parque Urquiza, bajada grande y alternativamente incorpora distintos eventos que se estén desarrollando en la ciudad. La comuna ofrece un recorrido un poco más acotado a pie, gratuito que puede ser realizado independientemente o formar parte de grupos con guías profesionales dependientes del estado. Estos circuitos son fundamentalmente urbanos y se focalizan en las más importantes obras arquitectónicas y de infraestructura local (puerto, túnel, costanera).

Museos: la oferta la conforman 11 museos abiertos al público general: ciencias naturales, histórico, de sitio, artesanal, bellas artes, el museo y mercado de artesanía y la casa de la cultura, los últimos 4 también realizan exposición y ventas de obras de artistas y artesanos locales de manera permanente.

Playas: La ciudad cuenta con 3 playas públicas de libre acceso y con todos los servicios. Todas accesibles por vía de transporte público. También los clubes poseen playas de acceso restringido a los socios pero que a través de convenios con hoteleros ofrecen las instalaciones de los clubes para el usufructo de los huéspedes.

Río: la oferta vinculada con el río la conforman safaris fotográficos por las costas, accesos a los arroyos e islas; circuitos en catamarán que recorren todo el límite del río; paseos en lanchas ofrecido por la agrupación baqueanos del río (pescadores reconvertidos en guías de turismo) que incorporan una visión de la vida del pescador y su experiencia. Estos circuitos no son permanentes, solo se desarrollan por pedido de las agencias y los fines de semanas vacacionales desde el puerto (inactivo) de la ciudad.

Seminarios, congresos y convenciones: Es uno de los productos por lo que la ciudad más se ha promocionado, posee la infraestructura y equipamiento adecuados al más exigente nivel de calidad. Cuenta con importantes salones que alcanzan desde pequeños eventos hasta los más exigentes con capacidad para 2500 asistentes.

Eventos deportivos: Los deportes son un especial atractivo de Paraná, ya que es Capital Nacional del Softbol; ciudad organizadora del Seven de Rugby de la República; cuenta con las renovadas instalaciones del Club de Volantes Entrerrianos, entidad que organiza carreras de autos, uno de los eventos más convocantes de la ciudad; organizadora de encuentros deportivos nacionales infantiles y de veteranos de distintas disciplinas; además de poseer 2 canchas de golf una de 18 y otra de 9 hoyos.

Ecoturismo: En los parques mencionados en el punto IV. 4. 5 Atractivos Turísticos. 2 La naturaleza, se realizan actividades organizadas en circuitos ecoturísticos (bici sendas, cabalgatas, interpretación de naturaleza); en el Río Paraná, además de los circuitos propuestos por los baqueanos del rio, hay ofertas de recorridos en kayak; en el área periférica de la ciudad, fuera del ejido urbano, se realizan excursiones con actividades ecoturísticas en el Parque Escolar San Martín (reserva natural de flora y fauna); escuela agro técnica “Las Delicias” donde se participa de las actividades agraria y de la confección de productos de la gastronomía tradicionales como quesos, dulces, embutidos y encurtidos; el Parque Nacional “Predelta” a tan solo 30km de la ciudad con una rica oferta en avistaje de avifauna, mamíferos y flora acuática.

IV. 4. 6. 2 Productos en alianzas con otros municipios

Dos ciudades, un destino: Es el producto más reciente en el que se suma la oferta turística y de infraestructura de Paraná + Santa Fe (a 28km de distancia). Esto permite ampliar la oferta y hacerla más competitiva en la meta de atraer grandes eventos, y poder alcanzar economías de escala en la difusión de las propuestas turísticas, en la complementariedad de la oferta de servicios, como por ejemplo paseos fluviales entre las ciudades con visita a las islas del Paraná, sin desembarco.

El Paraná y sus Aldeas: Propuesta turística que incorpora las aldeas con una fuerte impronta cultural de los inmigrantes Alemanes del Volga, que se asentaron en esta región, al sur de la ciudad. En un tramo de la RP N°11 entre la ciudad de Paraná y la ciudad de Diamante (distante a 30km) se desarrollan 9 aldeas donde la costumbres, tradiciones y peculiaridades de esta cultura se han resguardado, y algunas

fusionado con la cultura criolla entrerriana. Este producto se promueve fundamentalmente en temporada alta, eventos especiales o a un público selectivo fundamentalmente vinculado a lo cultural o experiencial.

IV. 4. 7 Preferencias y tendencias en la elección de los turistas

Según la edición del último documento accesible del MINTUR estadístico, el *Anuario Estadístico de Turismo (AET) 2015*⁴⁶, año muy peculiar (el turismo cayó 6.1% respecto de 2014) por los impactos económicos internos, pero revela las elecciones y tendencias turísticas:

- Turismo regional (Las Américas): 46,7% (llegó a Argentina fue por “Vacaciones, Ocio y Recreación” (26,9% Visita familiares y amigos, 19,2% Otros Negocios). Del 46,7% el 60,2% realizó actividades culturales en espacios urbanos; 44% experiencias en gastronomía; 16,9% actividades en espacios naturales + 13,9% APs (30,8% total); Los aspectos que mayormente influyeron en la decisión de viajar a Argentina de los turistas provenientes de resto del mundo fueron los valores culturales y la variedad de tradiciones (48,5%) y la diversidad de la naturaleza y los paisajes (38,3%)
- Turismo Interno: 90,9% de los argentinos que hacen turismo, eligen distintas regiones de Argentina; el 48,9% son oriundos de la provincia de Buenos Aires; 6,2 son los días promedio de pernocte; en su mayoría se movilizan en grupos, 42% de 3 o 4 personas y 37,1% solo o en pareja y 20,9% de 5 o más; la elección mayoritaria fue destinos de la región. Motivo de viaje: 53,7 “Ocio, esparcimiento y recreación”, 41,2% “visita a familiares y amigos”; el 68,1% se movilizaron en automóvil, 24,9% en Ómnibus. Actividades: 52% eligen playas y costas, 14,8% museos, monumentos y eventos culturales, 11,4% ANPs; el 96% no utiliza paquetes turísticos; el 61,5% aprovechó los fines de semanas largos para hacer viajes cortos;
- Empleo: En la última década estudiada (2005-2015) ha habido un incremento de 1,5% en el sector privado (9,2 a 10,7), comercios y servicios turísticos +1%

⁴⁶ MINTUR. Anuario Estadístico de Turismo 2015. Capítulo 1, 2, y 3. 2016.

(de 8.3 a 9.3), alimentación y alojamiento cayó en -1.1% y -0.9% respectivamente.

IV. 5 Conclusión diagnóstica

De los datos vertidos en el marco contextual-situacional, podemos decir que la ciudad se encuentra en un escenario inmejorable para poder desarrollar la actividad turística. Posee un importante porcentaje de la población económicamente activa en una situación mayoritariamente media (3,4 veces un sueldo básico) y con un nivel educativo medio (casi 80% tiene secundario completo). Estos datos son importantes porque dan el nivel de comprensión y análisis al que podemos aspirar en las estrategias que se utilicen para el cumplimiento de los objetivos.

El albergar al 40% de la población educativa universitaria del total provincial, lo que facilita acceder a acuerdos y convenios con las instituciones educativas, que apoyen y den impulso a estrategias y directrices de desarrollo, y las mediciones necesarias para alcanzar las metas establecidas.

Es claro el potencial que la ciudad tiene en atractivos naturales (El río, playas y áreas naturales públicas y privadas) y culturales (Patrimonios culturales Locales, provinciales y nacionales), actividades recreativas (vinculadas con estos atractivos) y nocturna (Discotecas, restaurantes, bares y salas de cines), y una relevante infraestructura y servicio turísticos. Muchos de ellos subexplotados o sin desarrollo, que permiten inferir que, con una planificación estratégica sostenible, y con metas alcanzables, se puede generar un desarrollo turístico de importante impacto local.

Si bien está claro que la actividad turística tiene un fuerte estancamiento, lo que arrojó una tasa de crecimiento del 1,4% anual en los últimos años, gran parte de este resultado está dado por la falta de una política tendiente al desarrollo turístico, y la definición de estrategias o líneas directrices, sobre las que se puedan construir perspectivas a futuro.

La estacionalidad del destino que reflejan los estudios, principalmente en la temporada estival y el mes de julio (temporada Alta), es una preocupación en el fortalecimiento de los productos, que teniendo un alto rendimiento en estos periodos, luego se ven impactados por los meses de temporada baja, quedando una importante infraestructura ociosa.

Pese a la estacionalidad y estancamiento, el turismo de reuniones junto con los eventos, han sostenido la actividad turística, y generan un movimiento constante muy interesante para el desarrollo de nuevos productos. Fundamentalmente en su etapa de inicio y ajuste, muchos de los cuales pueden ser apoyo para compensar esta problemática.

La llegada de turista eligiendo la ciudad como destino (65,9%) demuestra que existe un conocimiento previo y es opción como oferta turística. De ellos el 61,3% vino por ocio (placer, descanso, turismo, relax, diversión), con lo que se puede inferir que hubo una elección e investigación del destino, y que ha respondido a sus intereses. Pese a ello, es muy importante medir el nivel de satisfacción del turista y de expectativas, pero para esto será necesario realizar estudios anexos más profundos, que escapa a esta investigación, pero que es altamente relevante y correlacional.

Del mismo modo es muy importante realizar un trabajo de investigación sobre los residentes, ya que tal vez, una de las razones por las que existe un gran desconocimiento sobre el patrimonio natural y cultural, es la falta de comunicación y programas de concientización.

Parte de la comunidad, a través de distintas organizaciones civiles, tiene un rol activo en la preservación y resguardo de sus bienes naturales y culturales. Esto es un importante capital de conocimiento y acción que tenemos que considerar y potenciar en nuestro proyecto.

Los análisis evidencian una política de preservación y difusión del patrimonio natural y cultural muy endeble, con consecuencias importantes en la desaparición de algunos de ellos y sin recursos económicos suficientes para el mantenimiento de los existentes. Es importante tener en cuenta programas de comunicación y acciones en

la generación de beneficios que permitan hacer sostenible estos importantes recursos.

Es importante destacar que la ciudad posee una estructura institucional de turismo organizada y jerarquizada dentro del municipio, que permitiría llevar adelante una política turística sostenible. El aletargamiento identificado, es producto de que en los últimos 20 años no ha ejecutado ninguno de los planes, propuestas, o fijado objetivos de mediano y largo plazo, que permitan tener una prospectiva o metas sostenibles a alcanzar, tanto para los inversores, como para los empresarios del sector turístico local. Pese a ello, posee un nivel importante de conocimiento y elección en los turistas (65,9%)⁴⁷, lo que permite pensar que la incorporación de nuevos productos turísticos, puede ser dinamizadora de crecimiento de la actividad y la mejora sensible de la calidad del destino.

La ciudad ha manifestado vocación a mejorar los aspectos ambientales y con ello mejorar la calidad de vida de los habitantes, en búsqueda de una ciudad sostenible⁴⁸. Como política de mitigación al cambio climático, la ciudad tiene recursos existentes, que nos permiten inferir que con cambios de hábitos y costumbres, y baja inversión, el turismo puede sumar mucho al objetivo de la sostenibilidad. Por ejemplo: Políticas en el uso responsable de agua; La generación de energías renovables (gas/electricidad) a partir de la basura orgánica; la construcción de infraestructura y señalética a partir de los recursos de la planta de reciclado de residuos sólidos; la alimentación con energía solar en la infraestructura necesaria en las zonas naturales (islas y anegadizos, etc.); la incorporación en los programas de uso eficiente de la energía, “Mi ciudad LED” de ENERSA⁴⁹, la incorporación de los avances tecnológicos de última generación; etc. Estas acciones permitirían, con el ahorro generado, extender los servicios al 100% de la población, minimizando los impactos ambientales, y mejorando sensiblemente la calidad de vida de los residentes.

⁴⁷ UNL. Análisis Psicográfico de la demanda. Capítulo 3. Paraná 2012. P. 39 y 40.

⁴⁸ BID. Informe Paraná Emergente y Sostenible. 2014

⁴⁹ ENERSA. Programa “Mi ciudad LED”. Artículo en línea. 2017

Tanto las elecciones de los turistas que llegan a nuestro país, como las motivaciones y tendencias del turismo interno, son una importante referencia para el proyecto, ya que la ciudad presenta un potencial de atractivos factibles de formar parte de la oferta nacional y regional, máxime si consideramos que forma parte de la región geográfica de mayor cantidad de emisores de turistas internos.

Los grupos de interés en la actividad han manifestado su convicción en que el turismo es beneficioso para la ciudad (80,8%)⁵⁰ pero opinan que es necesario realizar inversiones en: infraestructura pública (Terminal de ómnibus, 70% malo/muy malo; calles 96% malo/regular; señalización, 96,2% falta/no tiene); ordenamiento urbano (96,7% malo/regular; 96,7% muy difícil el estacionamiento); reconocen el potencial de la actividad y los espacios posibles de desarrollo turístico que coinciden con las áreas naturales existentes y su vínculo con el río Paraná.

IV. 6 Mapa de Actores claves. Matriz de Stakeholders

La identificación de los grupos de interés sobre el proyecto, permite conocer las expectativas que estos tienen, y definir el grado de interés e influencia de cada uno sobre el plan. De este modo se determina la información necesaria para precisar las estrategias en la administración, comunicación y relación con estos actores claves. El plan de gestión de stakeholders.

El objetivo es prever intereses negativos sobre el plan, y obtener apoyos de los grupos de interés claves para el éxito del proyecto, introduciendo prácticas de dialogo constructivo y comunicación transparente, reconociendo entre ellos aquellos con necesidades comunes, y compartir expertise con ellos y entre todos.

La ciudad cuenta con una nutrida cantidad de organizaciones, instituciones y ongs de activa participación en la comunidad. Según el “*Mapa de las Organizaciones*

⁵⁰ EMPATUR. Resultados de entrevista a referentes del turismo (Anexo 2). Paraná. Octubre 2017.

sociales de Paraná” (2012)⁵¹ hay 107 organizaciones legalmente constituidas a las que hay que sumar 12 Colegios de Profesionales. En ellas se identificaron los grupos de interés, y se incorporaron aquellos actores sociales, políticos y administrativos en función de las características del proyecto.

⁵¹ UNER y Municipalidad de Paraná. Mapa de Organizaciones Sociales de Paraná. UNER. Paraná. 2013

Tabla 6: Matriz de Stakeholders internos

Matriz de Stakeholders Internos								
Stakeholder	Por qué relacionarse	Para que relacionarse	Con quien relacionarse	Influencia	Interés	Estrategia	Orden	Observaciones / Resultados
I1-Presidente Municipal	Establece la política y gestión en su periodo de gobierno	Define la importancia de implementar o no el proyecto	Asesores de gabinete	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	1º	
I2-Secretaria de Turismo Municipal	Lleva adelante la política turística	Regula y planifica el desarrollo de la actividad	Secretario de turismo / Director de planificación	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	2º	
I3- Secretaria de Cultura Municipal	Lleva adelante la política cultural	Regula y planifica el desarrollo de la actividad	Secretario de cultura / director de proyectos	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	7º	
I4- Secretaria de Servicios Públicos Municipal	Lleva adelante el mantenimiento de los espacios públicos	Saneamiento e incorporación de servicios públicos en áreas propuestas	Secretario de servicios públicos / Unidades municipales	Mucha	Poco	Comunicar	10º	
I5- Secretaria de Obras Públicas Municipal	Lleva adelante todas las obras públicas directa o indirectamente	Obras de infraestructura de áreas de proyecto	Secretario de obras públicas / área proyecto	Mucha	Poco	Comunicar	8º	
I6- Ente Mixto de Promoción Turística municipal	Lleva adelante la promoción y difusión de los productos turísticos	Todos los sectores involucrados en el turismo forman parte de él	Directorio del ente	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	3º	
I7- Equipo de Especialistas	Areas sensibles: infraestructura en APs, saneamiento ambiental	Definición de estrategias y proyectos en áreas sensibles	Director de proyecto	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	9º	

Tabla 7: Matriz de Stakeholders externos

Matriz de Stakeholders Externos								
Stakeholder	Por qué relacionarse	Para que relacionarse	Con quien relacionarse	Influencia	Interés	Estrategia	Orden	Observaciones / Resultados
E1-Asociación de Profesionales	Busca la inserción profesional y técnica de los egresados	Su involucramiento representa una alternativa laboral para los profesionales y técnicos	Comisión directiva	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	11º	
E2-Federación Empresaria Hotelera, Gastronómica y Afines-FEHGRA	Agrupar al sector prestador de servicios turísticos de la ciudad	Participa activamente con aportes a la gestión turística y en el Ente	Presidente y comisión directiva	Mucha	Mucho	Colaborar	12º	
E3-Centro Comercial de Paraná	Agrupar a los comercios locales, entre ellos artesanía, arte, ocio, etc.	Es importante para la comercialización de estos productos a los turistas	Presidente y comisión directiva	Poca	Mucho	Satisfacer	19º	
E4-Gremio UTHGRA	Involucra a los empleados de hoteles y restaurantes	Como miembro del Ente mixto y condiciones laborales	Secretario general	Poca	Poco	Observar	18º	
E5-Agentes de Viajes y Turismo	Estructuran y comercializan los productos turísticos	Conocen el mercado, las preferencias de los turistas y las demandas insatisfechas	Comisión directiva	Mucha	Mucho	Colaborar	13º	
E6-Prestadores de servicios ecoturísticos	Conocen las particularidades del producto local y su potencial	Podrían ser los prestadores de los productos propuestos en el proyecto	Prestadores	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	14º	

E7-Organizaciones Académicas	Universidades (UNER, UTN, UADER) e Institutos (SUR, IGA, Centenario)	Proporcionan capacitación y formación profesional y técnica	Área de extensión universitaria	Poca	Mucho	Satisfacer	16°	
E8-Asociación Amigos del Parque Urquiza	Vela por el mantenimiento y mejora permanente del área protegida	Incorporar circuitos y señalización interpretativa en el parque	Comisión directiva	Mucha	Poco	Comunicar	17°	
E9- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sustentable provincial	Área de recursos naturales/Sistema de áreas protegidas	Conoce las características de flora y fauna y los eventos que se manifiestan en las áreas protegidas	Director de recursos	Poca	Mucho	Satisfacer	15°	
E10-Asociaciones Ambientalistas	Actúan activamente sobre las áreas naturales en el resguardo, protección y conservación	Recorren permanentemente las áreas protegidas y desarrollan estudios de determinadas especies	Comisión directiva	Mucha	Mucho	Colaborar / Participar	5°	
E11-Asociaciones Culturales	Actúan sobre los bienes culturales en su resguardo, protección y conservación	Conocen las técnicas y profesionales dedicados al estudio, técnicas de conservación y mantenimiento	Comisión directiva	Poca	Mucho	Satisfacer	21°	
E12-Colegio de Arquitectos	Es asesor del municipio en la planificación urbana	El proyecto puede demandar el cambio de códigos urbano de uso del suelo	Comisión directiva	Mucha	Mucho	Colaborar	6°	
E13-Comunidad	Valora mucho el desarrollo de la actividad turística y demanda puestos de trabajo	Capacitación y formación a nuevos prestadores necesarios en las nuevas áreas turísticas	Medios periodísticos, instituciones educativas y sociales	Poca	Mucho	Satisfacer	20°	

IV. 1 Líneas de acción para la gestión de los stakeholders

En la Matriz de Stakeholders se identificaron los grupos de interés, la importancia de relacionarnos con ellos, el nivel de influencia e interés que tienen sobre el proyecto (Ver Anexo 7: Mapeo de Involucrados). Con base en esta información definimos la estrategia de vinculación que utilizaremos con cada uno de ellos. Muchos de ellos son muy activos, y tienen un alto nivel de interés por la actividad y los bienes naturales y culturales. Definimos 3 estrategias principales.

1. Comunicación. Definir un plan de comunicación fluido, incluyendo reuniones e informes de avances periódicos del proyecto, especialmente con los grupos identificados I 4, I5, E3, E7, E8, E9, E11 y E13. Los partes de prensa, visitas a los medios de información y difusión, así como recorridos de prensa por los sitios identificados, son recursos que satisfacen la necesidad de información, principalmente de la comunidad.

2. Colaboración y Participación. Incorporar, según el expertise, en algunas de las etapas del proyecto, a aquellos grupos que poseen investigaciones, trabajo de campo y/o experiencia en las distintas áreas naturales y bienes culturales, o la posible comercialización de los productos turísticos a desarrollar. Tendremos en cuenta en esta estrategia a los grupos de interés I1, I2, I3, I6, I7, E1, E2, E5, E6, E10 y E11.

3. Observación y Mitigación de impactos negativos. Seguimiento de la gestión de la relación con los actores claves, con los siguientes objetivos: Fortalecer a quienes apoyan; que la colaboración y participación, así como la comunicación efectivamente satisfagan los intereses y expectativas que tienen estos grupos de interés; y mitigar las influencias que pueden generar impactos negativos.

FASE II. IDENTIFICACION DE LINEAS ESTRATEGICAS

CAPITULO V. Formulación de Estrategias para el Desarrollo

V. 1 F.O.D.A

La fase I, y de ella el marco contextual - situacional del destino, provee los aspectos y elementos necesarios, que permiten definir las fortalezas (F) y debilidades (D) internas que nos presenta el destino, y las oportunidades (O) y amenazas (A) en las que se desarrolla la actividad en el contexto externo.

El análisis FODA permite identificar aquellas acciones que representan un potencial de desarrollo y crecimiento de la actividad (F-O), como las acciones más prometedoras que tenemos en el destino; las limitaciones (D-A) como advertencias a tener en cuenta para la determinación de las líneas estratégicas; así como los desafíos (D-O) que nos presenta y que debemos atender y evaluar su oportunidad y posibilidad de ser transformado en fortaleza; y los riesgos (F-A) a considerar y hacer un seguimiento para minimizarlos y/o mitigarlos para que no se transforme en impactos negativos que afecten los resultados del proyecto.

La identificación y mixtura adecuada de estas Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, y considerando el modelo conceptual definido en el marco teórico, establecen los fundamentos estratégicos sobre los que definirán las líneas estrategias del proyecto, para utilizar las fortalezas, aprovechando al máximo las oportunidades, enfrentando las amenazas y superar las debilidades exitosamente.

Fortalezas

- Infraestructura de servicios turísticos en cantidad y de buena calidad
- Infraestructura existente que permite el desarrollo sostenible con baja inversión
- Potencial natural y cultural para el desarrollo de la actividad turística
- Apoyo de los residentes al desarrollo del turismo
- Crecimiento sostenido de la cantidad de eventos por turismo de reuniones
- Excelente ubicación geográfica (Eje Este-Oeste/Norte-Sur regional)
- Alianzas con otras localidades
- Conectividad
- Existencia de Ente mixto de turismo. Prestadores comprometidos con la calidad y el desarrollo del turismo
- Ciudad segura
- Gastronomía con base en productos locales
- Población escolarizada (4 de cada 5 adolescentes tiene secundario completo)
- Personal preparado y capacitado en servicios turísticos
- Vocación de ser una ciudad sostenible
- Planta de tratamiento de residuos sólidos

Oportunidades

- Accesible a la región de mayor emisión de turismo interno que viaja dentro de la región.
- Importante interés del turista por los destinos con identidad.
- Interés del turista por una mayor diversidad de recursos culturales y naturales en el destino a visitar.
- Crecimiento del turismo responsable y el turismo verde
- Mayor investigación y comparación de los turistas de los destinos a visitar, ofertas y valor diferencial.
- Crecimiento en la elección por los destinos con políticas sostenibles.
- Políticas nacionales de desarrollo, promoción y difusión de destinos emergentes.
- Programas nacionales de inversión en infraestructura turística.
- Cooperación internacional para el desarrollo de destinos turísticos emergentes sostenibles.
- Incorporación de rutas de líneas Low Cost en la región.
- Reconocimiento del turismo como recurso económico y generación de empleo.

Debilidades

- El turismo no es prioritario, no hay decisiones políticas que lo determinen como línea estratégica de desarrollo
- Falta de política consolidada en Preservación y resguardo del patrimonio natural y cultural
- Falta de planificación del desarrollo turístico de la ciudad (existencia de planes que no llegan a implementarse)
- Baja tasa de crecimiento y ocupación anual. Estancamiento
- Falta de mantenimiento en infraestructura vial
- Estacionalidad
- Poca diversificación de productos/Falta de incentivos a la inversión privada y Plan de oportunidades de inversión.
- Falta de una política sostenida y responsable en el manejo de residuos sólidos, el agua, saneamiento y la energía.
- Falta una política de comunicación y concientización a la población y prestadores de los bienes existentes, su potencial y beneficios turísticos.
- Accesos, infraestructura y servicios en atractivos naturales y culturales.
- Accesibilidad turística para personas discapacitadas.
- Inexistente de señalización turística.
- Débil política de gestión de los grupos de interés.

Amenazas

- Periodos inflacionarios con desequilibrio en los costos de servicios e insumos y disminución del turismo interno.
- Dólar depreciado.
- Disminución del turismo receptivo.
- Ciclos de Inundaciones periódicas con fuertes impacto mediático.
- Plazos en la aprobación de créditos internacionales y de inversiones turísticas nacionales.
- Aumento de los índices de inseguridad del país y la región.
- Cambios en la política nacional, provincial y municipal.

V. 2 Fundamentos Estratégicos

Los fundamentos que van a regir las estrategias del Plan, están establecidos en el marco teórico, por lo que el desarrollo turístico del destino deberá:

- Priorizar la valoración, preservación y conservación del entorno natural, el equilibrio de los ecosistemas que le dan valor ecológico, y el manejo sostenible de los recursos naturales.
- Fortalecer el patrimonio cultural y la puesta en valor de su historia y cultura, fomentando y vigorizando la identidad local, estimulando y favoreciendo un intercambio positivo entre la comunidad anfitriona y el visitante.
- Ser inclusivo, promoviendo la participación activa de las organizaciones sociales y de la comunidad local en su totalidad, sin ningún tipo de distinción, con el fin de procurar beneficios económicos genuinos y socialmente equitativos.
- Contribuir a generación de empleo y beneficios, diversificando la oferta turística, fortaleciendo y consolidando la imagen como destino, garantizando su posicionamiento en el mercado objetivo como destino turístico de excelencia.
- Basarse en el compromiso de todos los sectores y con liderazgos compartidos, de llevar adelante un proceso de acompañamiento, participación y empoderamiento por parte de la comunidad de las herramientas necesarias claves del éxito a largo plazo.
- Garantizar la calidad de una experiencia turística del visitante, promoviendo la implementación de certificaciones, directrices o buenas prácticas de gestión sostenible (ambiental, sociocultural y económica).

Teniendo presentes estos fundamentos, los objetivos definidos para el del Plan y el FODA alcanzado, se plantean las 4 líneas estratégicas desarrolladas en la Fase III. Capítulo VI. 3 Líneas Estratégicas del plan, que permitirán un abordaje integral del desarrollo del turismo sostenible de la ciudad.

FASE III. PLANIFICACION Y VALIDACION DEL PROYECTO

CAPITULO VI. Planificación del Desarrollo

VI. 1 El Plan

VI. 1. 1 Visión

“Ser un destino con identidad y diferencial en el contexto nacional e internacional, de calidad, competitivo y sostenible, con participación activa de los actores locales, forjando una distribución equitativa de los beneficios económicos en la sociedad.”

Conseguir que Paraná sea:

- Una ciudad donde su valor diferencial sea ser un destino turístico ambiental, social y económicamente sostenible.
- Sus actores comprometidos con una oferta de excelencia, diversificada y garantes de un uso responsable de los recursos patrimoniales naturales y culturales.
- Donde se privilegia la calidad, capacidad de sus recursos humanos en un proceso de desarrollo donde la actividad turística es motor del impulso local.
- Reconocida y valorada por los ciudadanos que reciben beneficios directos e indirectos de la actividad turística que mejoran su calidad de vida.

VI. 1. 2 Misión

“Planificar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística de Paraná, con procesos integradores y acordados, induciendo el desarrollo económico y mejora social del residente, generando empleo de calidad, garantizando la valoración y conservación del patrimonio histórico, natural y cultural del destino, así como una experiencia completa satisfactoria al visitante.”

VI. 1. 3 Principios

- Promover la obtención de un plan de desarrollo turístico sostenible potenciando la ciudad como destino nacional e internacional
- Promover planes de manejo de sitios naturales para un uso racional turístico y preservación de los recursos, manteniendo un equilibrio en sus ecosistemas.
- Resguardar la sostenibilidad de los bienes culturales.
- Promover actividades turísticas sostenibles de los prestadores actuales, así como de las economías sociales colindantes a los sitios naturales.
- Establecer circuitos y senderos de avistaje de bajo impacto en las áreas naturales y culturales.
- Promover la incorporación de energías alternativas renovables y de equipamiento turístico, con materiales reciclables en la infraestructura turística necesaria.
- Promover el rescate los valores culturales.
- Promover el liderazgo, sinergia y empoderamiento social, con la participación de la comunidad en la planificación y sostenibilidad del destino.
- Promover la conciencia y pensamiento sostenible con educación ambiental

en todos los niveles y a todos los actores.

- Promover la creatividad e innovación tecnológica en las inversiones en infraestructura sostenibles necesarias.
- Promover la importancia de las acciones tendientes a reducir las emanaciones de GEIs, con cambios de hábitos y costumbres de usos y consumos, aportando a mitigar el cambio climático y mejorar la calidad de vida.

VI. 1. 4 Valores

- **Participación:** Asegurar la participación de todos los actores sociales involucrados en el destino, incluso aquellos que sin tener una actividad directa, el impacto puede ser negativo o positivo a los fines del plan.
- **Autoestima:** Fortalecer la autoestima de los residentes y empresarios locales, demostrando la importancia y autenticidad de los recursos disponibles.
- **Responsabilidad y sentido crítico:** Ser responsable en las toma de decisiones, en un proceso de análisis, entendimiento y evaluación de cada una de ellas.
- **Constancia:** Voluntad inquebrantable y ser perseverante en los objetivos trazados a mediano y largo plazo.
- **Respeto y tolerancia:** Considerar aquellos conocimientos científicos y empíricos y los diferentes puntos de vista.
- **Solidaridad e inclusión:** que los beneficios obtenidos lleguen de manera equitativa, y las oportunidades alcancen a los distintos sectores de la sociedad, principalmente a los más necesitados.
- **Calidad, competitividad y transparencia:** Ser eficientes asegurando la

transparencia en el uso de los recursos, mejorando la calidad de los servicios y productos y haciendo más competitiva la oferta turística en el mercado.

- **Austeridad:** Ser capaces de administrar el uso de los bienes comunes y sus propios bienes materiales y riqueza de una manera justa y sencilla, sin poner en riesgo el bienestar de los demás, sobre todo de los más débiles.
- **Alegría y esperanza:** Fortalecer y concientizar sobre las oportunidades de mejorar la calidad de vida y las perspectivas del futuro planteadas, que permita transitar el proceso con confianza y certeza sobre lo venidero.

VI. 2 Objetivos del Plan

Definir un plan turístico sostenible que permita:

- Diversificar la oferta turística del destino.
 - Dotando de infraestructura las áreas naturales costeras de la ciudad como el parque Las Piedras y anegadizos para incorporarlo a la oferta turística.
 - Fortaleciendo y creando circuitos turísticos urbanos (culturales: barrio de pescadores “Bajada grande” y “Puerto Sánchez”; diseñar city tours temáticos - urbano arquitectónico, histórico, natural-recreativo - contemplando el autoguiado y la incorporación de los museos) y asociativos microregionales con las ciudades y aldeas cercanas (Villa Urquiza, Aldeas alemanas, ciudad de Diamante), para lograr una oferta de productos integrados.
 - Diseñar circuitos fluviales que involucren el islote Municipal y áreas ribereñas, que transforme al río en un producto turístico concreto, vivible, que forme parte de la experiencia del visitante.

- Añadir valor y calidad a los productos y servicios turísticos que haga más competitivo el destino, con la incorporación de nuevas tecnología que permita la interpretación de sitios, edificios patrimoniales, áreas naturales y de exhibición en museos desde equipos móviles.
- Incrementar el nivel de aceptación y satisfacción del residente respecto de la actividad turística, informando de los beneficios que trae la actividad para la ciudad y sus residentes, con la incorporación y sostenimiento de las áreas naturales protegidas y recreativas, de los bienes culturales, la generación de puestos de trabajo genuino que mejoran la calidad de vida de los ciudadanos.
- Proponer normas y usos sostenibles que promuevan el desarrollo de la ciudad.
- Fomentar y fortalecer emprendimientos sostenibles locales para dinamizar la economía social, sobre todo los ubicados en la periferia de los atractivos turísticos a desarrollar o en desarrollo, incluyendo a la población residente en los beneficios que genera el turismo, minimizando el impacto negativo sobre las áreas sensibles.
- Fortalecer las instituciones del sector (Públicas, Privadas y Mixtas), para lograr un círculo virtuoso que las incorpore como actores involucrados, en la definición y ejecución de acciones tendientes al desarrollo sostenible de la ciudad y los residentes
- Lograr una coordinación eficiente entre las distintas dependencias del sector público relacionadas con la actividad turística, para establecer acciones preventivas y de planeación estratégica, en disminuir y evitar la contaminación, el deterioro y la degradación de los recursos. Así como la realización de acciones correctivas y la aplicación de sanciones como último recurso.
- Fomentar la relación y coordinación entre el sector público y el privado para

lograr políticas integrales e inclusivas con estrategias sostenibles, que garanticen el éxito de los programas y acciones del plan.

VI. 3 Líneas Estratégicas

El análisis FODA nos permitió, como se abordó en la Fase II. Capítulo V. 1, identificar aquellas acciones que representan un potencial de desarrollo y crecimiento de la actividad (F-O), como las acciones más prometedoras que tenemos en el destino; las limitaciones (D-A) como advertencias a tener en cuenta para la determinación de las líneas estratégicas; así como los desafíos (D-O) que nos presenta y que debemos atender y evaluar su oportunidad y posibilidad de ser transformado en fortaleza; y los riesgos (F-A) a considerar y hacer un seguimiento para minimizarlos y/o mitigarlos para que no se transforme en impactos negativos que afecten los resultados del proyecto.

A partir de este análisis definimos 4 líneas que permiten el abordaje integral del turismo sostenible de la ciudad, estructuradas sobre su potencial, considerando los desafíos existentes y haciendo frente a las limitaciones y riesgos que se puedan presentar.

A través de cada una de estas estratégicas se busca construir una voluntad sinérgica, que traspase los intereses del sector y se transformen en un método colectivo de construir la ciudad.

En su determinación se tuvieron en cuenta los Criterios Globales de Turismo Sostenible (GSTC) para los destinos turísticos (Ver Anexo 12) que permita, a mediano plazo, poder avanzar en el proceso de certificación como destino sostenible. A través de ellas, y de las acciones que cada uno de los programas conlleva, se pretende alcanzar una gestión sostenible del destino; maximizar los beneficios para la comunidad receptora, el visitante, la cultura y medio ambiente

minimizando los impactos negativos⁵². (Ver Anexo 9: Planificación Temporal de los Proyectos)

VI. 3. 1 Fortalecimiento Institucional y Gestión Participativa

Visión estratégica:

“Una ciudad democrática, de gestión participativa, donde el sector público y privado planifiquen acciones técnicamente calificadas, que representen los intereses del sector y la comunidad en su totalidad, potenciada con relaciones asociativas, y fuertemente comprometida con el desarrollo turístico sostenible”

Para ello se definen 2 programas prioritarios:

VI. 3. 1. 1 Programa: Fortalecimiento del rol del sector público turístico

Apunta a identificar las distintas dependencias de la Municipalidad que inciden, directa o indirectamente en el turismo, así como los organismos provinciales, regionales y nacionales, y coordinar entre las diferentes áreas, las acciones necesarias para mejorar la calidad y servicios del destino, los recursos y productos turísticos que se ofrecen al visitante, en el marco de un desarrollo sostenible.

Objetivos del programa:

- Definición del rol de la actividad turística para la ciudad, los ciudadanos, el organismo y los turistas, para que cada uno de los actores reconozca cual es su función y responsabilidad, así como las de los demás, en el desarrollo del turismo.
- Generación de espacios de coordinación interinstitucionales de vinculación público-público (municipio-municipio, municipio-provincia, municipio-nación),

⁵² GSTC. Criterios Globales de Turismo Sostenible para Destinos Turísticos. 2013.

que permita actuar en la facilitación de la solución de los problemas o barreras que impiden el desarrollo del sector.

- Determinación de funciones de cada área interna del municipio en el mejoramiento de la calidad de servicio turístico urbano. (limpieza, seguridad, iluminación, transporte, etc.), para lograr una coordinación en la puesta de valor y mejora de calidad de los atractivos de la ciudad.
- Coordinación transversal interna de áreas de servicios municipales, provinciales y nacionales en proyectos y servicios turísticos definidos como estratégicos, que faciliten su implementación en un trabajo sistematizado en el cumplimiento de los requerimientos normativos y las demandas de infraestructura local.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Comité interinstitucional de facilitación turística”

Creación de un comité de coordinación para el análisis y facilitación de proyectos turísticos estratégicos para el desarrollo de la ciudad. Deberá estar formado por representantes de las áreas municipal, provincial y nacional que tengan injerencia en el tema turístico a tratar. Deberá ser convocado y estar presidido por el intendente, o por quien este delegue esa función, que garantice el avance en la facilitación o solución de las particularidades del proyecto o situación turística. Tiene por objetivo central la coordinación de áreas internas del municipio con otras jurisdicciones que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de la actividad turística.

Proyecto 2: “Comité municipal de facilitación y acción turística”

Comité de coordinación de tareas en espacios públicos destinados a la actividad turística. Deberá estar formado por las autoridades de cada área sensible al proyecto o al espacio público a trabajar. Tiene por objetivo central la coordinación interna entre áreas del organismo municipal.

Proyecto 3: “Compromiso por un turismo sostenible”

Asumir compromisos por un turismo responsable, seguro, contra el maltrato infantil, etc. Promoviendo y difundiendo los valores y principios de la sostenibilidad, el compromiso con el residente, el turista, la conservación de los espacios naturales, la identidad cultural del destino y la búsqueda permanente de beneficios que mejoren la calidad de vida la comunidad.

VI. 3. 1. 2 Programa: Sensibilización, capacitación e inclusión social

Se orienta a facilitar los objetivos de los distintos programas de las líneas estratégicas en cada una de las distintas áreas de desarrollo.

Objetivos del programa:

- Sensibilizar a la comunidad, empresarios y áreas municipales, en el potencial que la ciudad tiene en turismo, sus beneficios directos y/o indirectos para todos, y la importancia de la preparación, compromiso y responsabilidad de todos los actores del sector y la comunidad para el logro de los beneficios.
- Concientizar a los residentes y visitantes en el uso racional y responsable de los recursos naturales y culturales, para fortalecer la conservación y preservación de estos bienes, y la toma de conciencia de los beneficios de ser sostenible.
- Generar acciones que promuevan la inclusión e integración de los grupos de interés de distintos sectores de la población, especialmente los desarraigados, o más desfavorecidos en la actividad turística, en la búsqueda de mejorar las condiciones de vida y oportunidades de esta población.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Sensibilización turística”

Busca despertar en la comunidad los sentimientos de entendimiento, valoración y su relación con el patrimonio de la comunidad. Con ello, elevar su sensibilidad a favor

de los recursos naturales y culturales, fortaleciendo su identidad, logrando afinidad, compromisos mutuos, mejorando la calidad de vida y bienestar social, buscando que la acción de la comunidad aporte a la competitividad del destino.

Proyecto 2: “Oportunidades sostenibles para la inclusión social”

Tiene por objetivo identificar proyectos sociales de inclusión, fundamentalmente en las poblaciones linderas o que forman parte de los atractivos turísticos. En estos casos, se deben evaluar las demandas de capacitación y formación de los actores involucrados, así como el financiamiento del equipamiento integral y el acompañamiento para el desarrollo exitoso del proyecto. En este caso están, los pescadores y su transformación en “*baqueanos del río*” en safaris fotográficos y/o paseos por el río, propuestas gastronómicas con los frutos del río, etc.; población de los anegadizos que pueden reconvertirse en “*baqueanos guías*” del área natural en avistaje de fauna, transmisores de las tradiciones costeras, etc.; los habitantes Isleños; paseo de artesanos; artes y costumbres locales; etc.

Proyecto 3: “Gestión de los grupos de interés”

Apunta a mantener una comunicación fluida con los actores y grupos de interés, generando espacios colaborativos y de participación en los casos necesarios, partes de prensa y comunicación pública. Busca que todos los interesados estén en conocimiento de la integralidad de proyecto a implementar, y empoderar a aquellos más involucrados en las técnicas, alcances y beneficios que este brinda. El objetivo es sumar apoyos y mitigar los impactos negativos en los proyectos planteados en cada una de las estrategias.

VI. 3. 1. 3 Programa: “Fortalecimiento de la formación de RRHH”

Se orienta a Integrar las demandas de capacitación del destino, con la oferta académica y de formación profesional vigente en las universidades e institutos existentes en la ciudad. El turismo es una actividad joven y dinámica que requiere permanente de profesionales capacitados en las nuevas tendencias y exigencias que nos presentan los turistas y los destinos.

Objetivos del programa:

- Identificar la demanda de capacitación técnica y profesional que hagan más competitivo al sector.
- Verificar la compatibilidad de las necesidades de formación y capacitación de los recursos humanos y la curricular de tecnicaturas y licenciaturas existentes, para lograr alinear la demanda de estos recursos humanos capacitados con la oferta académica existente, mejorando la competitividad del sector.
- Definir revisiones, readecuaciones temporales y/o permanente de los contenidos de la oferta académica, así como el dictado de postgrados para profesionales y/o cursos de especialización en aquellos temas inherentes a la mejora de la calidad de los productos y competitividad del destino;
- Revisión con las asociaciones profesionales y colegios, de las competencias profesionales y las demandas de las empresas, en lo que afecta a sus conocimientos, habilidades y/o actitudes, con el propósito de reorientarlas hacia las oportunidades que la demanda y desafíos presenta, y presentará, en el destino y la región en el mediano plazo.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Comité de evaluación de las demandas en RRHH del destino”

Tiene por objeto conocer las demandas de las capacidades profesionales que necesita la actividad para hacer más competitivo el destino. En base a esta información, elaborar un documento de insuficiencias detectadas y las opciones factibles de adoptar: Revisión o readecuaciones, temporales o permanentes, de la currícula de universidades y tecnicaturas; oferta de cursos de capacitación profesional en temáticas específicas; Postgrados; etc.

Este comité será más efectivo en el desarrollo de sus tareas trabajando asociativamente con el “Consejo técnico por un turismo sostenible” (programa VI. 3.

2. 3. Proyecto 2), en las acciones necesarias vinculadas a las capacidades de RRHH.

VI. 3. 2 Planificación Adaptativa, Infraestructura y servicios sostenibles turísticos

Visión estratégica:

“Una ciudad producto de un proceso de planificación adaptativa sostenible que permite la innovación, las inversiones públicas y privadas, con servicios infraestructurales comprometidos con la lucha por mitigar el cambio climático, interesados en alcanzar el desarrollo de los recursos turísticos y el territorio urbano de influencia, de manera responsable, inclusiva de la comunidad afectada y ambiental equilibrada”

Para ello se definen 3 programas prioritarios:

VI. 3. 2. 1 Programa: Reordenamiento urbano y territorial, manejo de sitios atractivos al uso turístico

La sostenibilidad del destino está fuertemente vinculada a la gestión de la ciudad y el territorio inmediato, con lo que es necesario identificar usos y restricciones en el código urbano territorial de edificación, usos y servicios urbanos, que actúen como impulsores del desarrollo sostenible del turismo, en la planificación, ordenamiento del espacio urbano, suburbano y rural, y manejo de las áreas sensibles del destino turístico.

Objetivos del programa:

- Revisión de las normas vigentes en el uso de suelo y códigos urbanos de las áreas de interés turístico, para adecuarlas de tal manera que permitan el uso turístico y el desarrollo de emprendimientos sostenibles.

- Estudio de normas y regulaciones de usos de las distintas áreas naturales y sitios de interés, que garanticen su preservación, conservación y uso sostenible turístico.
- Revisión de planes de manejo de sitios naturales y culturales para ajustarlo al desarrollo de la actividad turística y de las nuevas tecnologías. Realización de planes de manejos en aquellas áreas que no lo tuviesen.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Normativa para el turismo sostenible”

Concentra como propuesta, la modificación del código urbano y/o implementación de normas modernas, tendientes al uso y gestión sostenible del suelo, los recursos turísticos y las áreas afectadas al turismo en la ciudad.

Proyecto 2: “Plan de manejo de áreas naturales protegidas”

Establece las pautas para el manejo y desarrollo general de cada una de las áreas naturales protegidas para su conservación y uso público turístico. Debe incluir entre otros contenidos, un mapa base (descripción espacio-temporal de los recursos ambientales, características del ecosistema, el uso actual y potencial y su impacto en los alrededores). Capacidad de carga, actividades tentativas y restricciones.

VI. 3. 2 Programa: Inversión en Infraestructura y servicios turísticos

Orientado a mejorar, y en muchos casos incorporar infraestructuras, y servicios básicos del destino para la operación turística, relacionados con: Accesos (apertura, mejoramiento, mantenimiento, señalización, etc); Señalética (de circuitos, sitios de interés, sendas etc,); Circuitos de recorrido (sendas, apeaderos, refugios, áreas de descanso, miradores, etc.); transporte (servicios transporte público urbano y privado colectivo, combis, vehículos eléctricos, etc); y otros servicios públicos (energías renovables –gas y energía- agua, saneamiento, residuos, telecomunicaciones, etc.). Que tengan en cuenta las necesidades actuales y futuras,

para satisfacer la demanda, tanto de la población residente como a los visitantes.

Objetivos del programa:

- Relevar las demandas de infraestructura necesaria para el acceso y desarrollo integral de las áreas naturales y sitios de interés turístico, que permita establecer la demanda de infraestructura y un cuadro de prioridades en la inversión en obras.
- Ser una ciudad accesible al uso por personas con discapacidad temporal o permanente, para llegar a ser un destino sostenible considerando el disfrute de todos los visitantes y de los residentes.
- Determinar necesidades de infraestructura en circuitos naturales y culturales, fundamentalmente de señalética turística orientativa e interpretativa de los sitios de interés, así como de la construcción de senderos, puntos panorámicos y observatorios de fauna.
- Proponer el desarrollo de infraestructura básica turística con materiales locales y/o reciclables. (muelles, portadas, centros de control e interpretación, sendas, señalización de interpretación, refugios, etc.) que permita implementar un plan integral con la planta de reciclado de residuos sólidos y su reutilización en las áreas públicas recreativas y/o turísticas.
- Proponer uso de energías alternativas y renovables en infraestructuras turísticas existentes y nuevas para mitigar los efectos de los GEIs, minimizar el impacto visual en las áreas naturales protegidas y promover los beneficios del uso de energía no convencional.
- Proponer alternativas de uso y tratamiento de aguas servidas en los sitios turísticos que no son alcanzados por la red de servicio público, en la búsqueda de mejorar la calidad de vida de los pobladores del lugar y minimizar los impactos negativos que generan sobre el ambiente.
- Proponer alternativas de transporte público o colectivo de recorrido turístico

de bajo impacto ambiental, incorporando unidades eléctricas o híbridos que atemperen el impacto producido por los combustibles fósiles, mejorando la calidad ambiental de la ciudad.

- Incorporar el uso de TIC en smarphone, tablets, GPS, etc. En apps para circuitos urbanos y regionales auto guiados; QR en identificación de edificios históricos, interpretación de naturaleza, antecedentes de prestadores de servicios; centros de interpretación inteligentes, etc. Esto permitirá integrar el destino en las nuevas tecnologías, ampliando las opciones en el mercado y ser más atractivo para las generaciones de los milenials, X, Y y Z con perfiles más tecno dependientes.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Desarrollo de infraestructura sostenible”

Identificación de las necesidades en inversión en infraestructura turística, las alternativas de uso de materiales locales y/o la incorporación de materiales reciclables, producto de los materiales recuperados y tratados provenientes por la planta de tratamiento de residuos sólidos local. Del mismo modo priorizar: la incorporación de energía solar (para refugios, centros de interpretación, etc.), vehículos eléctricos (para la transportación colectiva); obtención de energía calórica de biodigestores para servicios turísticos y proyectos sociales turísticos; Etc.

Proyecto 2: “Mapa de oportunidades de inversión”

Identificar las oportunidades de inversión pública y privada en turismo, como herramienta para la orientación y la facilitación de inversiones locales hacia aquellas necesidades turísticas prioritarias del destino. Del mismo modo permite tener una base consistente para la implementación de regímenes de incentivos fiscales de escala local, y promoverlos a nivel provincial y nacional.

Proyecto 3: “Plan de señalética”

Buscará promover condiciones informativas favorables para el desarrollo armonioso

de la estadía de los turistas en la ciudad. Se deberá enmarcar en el concepto de "seguridad turística" propuesto por la OMT.

Tendrá como objetivos específicos: Facilitar el ingreso y el egreso de visitantes, tanto nacionales como internacionales al destino; orientar a la demanda tanto en los servicios generales y turísticos, como hacia los atractivos naturales y culturales; contribuir la interpretación del patrimonio natural y cultural, y; fomentar comportamientos turísticos sostenibles, particularmente dirigidos a la toma de conciencia turística y conservacionista, tanto para los turistas como a la población local directa e indirectamente involucrada en la actividad.

Proyecto 4: “Plan de accesibilidad turística”

Para el desarrollo de este proyecto se deben tener en cuenta las recomendaciones de la OMT por un “*turismo accesible para todos*”. Resolución A/RES/637 de la XX Asamblea General de la OMT. 2013. y las recomendaciones de la Comisión Nacional de Discapacidad de la República Argentina (CONADIS) que compendia las recomendaciones internacionales en infraestructura para discapacidades de movilidad reducida, auditiva y visual.

Este proyecto deberá estar vinculado con líneas de fomento, créditos o beneficios fiscales, para los establecimientos y servicios turísticos que incorporen la accesibilidad en su oferta, y la motivación a empresas en la implementación de programas de RSE en accesibilidad en espacios comunitarios.

Proyecto 5: “Desarrollo de soporte de alternativas turísticas inteligentes”

Tendrá como finalidad, en base a la identificación de las opciones y alternativas de implementación de TICs, con los turistas y potenciales turistas, las demandas de infraestructura necesaria para su óptimo funcionamiento. Investigará y propondrá las mejores iniciativas para el desarrollo de Apps, circuitos autoguiados, interpretación de sitios históricos, edificios patrimoniales, áreas naturales, flora y fauna, etc. Trabaja asociativamente con el Programa VI. 3. 4. 1 de Competitividad Turísticas y sus proyectos

VI. 3. 2. 3 Programa: Gestión turística sostenible de los recursos naturales, socioculturales y económicos

Tendiente a dotar a los programas de cada una de las líneas estratégicas mencionadas, de una gestión integral de medidas de mitigación al cambio climático. Por lo que es necesario establecer proyectos y líneas de acción transversales, que respondan a los objetivos de mantenimiento, manejo adaptativo y/o restauración de ecosistemas dañados, determinando la línea de base, que permita tener control y seguimiento del impacto de la actividad en el destino. De igual manera promover en las empresas del sector y entes públicos, la incorporación de los criterios globales de turismo sostenible, ya sea a través de programas de buenas prácticas sostenibles, certificación de destino sostenible, Green destinations, CO2 Cero, etc.

Entre otros, queremos conocer y formalizar el seguimiento de la salud de los ecosistemas y su evolución y/o adaptación; el impacto de los visitantes y residentes en los sitios sensibles tanto naturales como culturales; la evolución de la receptividad y hospitalidad de toda la comunidad local hacia el visitante; la calidad de los recursos humanos que prestan o prestarán los servicios turísticos; el nivel de participación del sector privado en las acciones formativas y de capacitación; la percepción de la mejoría a través de la incorporación de cambios de hábitos por parte de la comunidad; la imagen del destino como destino sostenible y; las normas, su aplicación y nivel de actuación en garantizar la preservación de los recursos naturales y culturales locales, ya que son los principales activos turísticos del destino.

Objetivos del programa:

- Coordinación técnica pública, privada y educativa para en el control y seguimiento de las acciones establecidas, que permita conocer el cumplimiento de los objetivos trazados y las perspectivas a mediano plazo.
- Identificación de medidas de preservación y/o mitigación de ecosistemas existentes y de la lucha contra el CC, para establecer planes y acciones a mediano y largo plazo que garanticen la salud de la biodiversidad de las

áreas naturales protegidas.

- Fomentar la gestión de crisis y conflicto que genera las inundaciones periódicas del Río Paraná sobre la actividad y la población ribereña. Lo que determinará la manera de minimizar los efectos de la inundación en la comunidad sea o no turista antes que esto ocurra.
- Determinación de Indicadores de sostenibilidad (sociales, ambientales y económicos) que permitirá llevar adelante un seguimiento del progreso y evolución del destino hacia la sostenibilidad.
- Apoyo y fomento a la incorporación de certificaciones, sellos y buenas prácticas sostenibles a prestadores turísticos (ventajas competitivas en los mercados de ser destino sostenible, Beneficios económicos, ambientales y sociales), para ser mas competitivos en los mercados y frente a nuestro turista objetivo, cada vez mas exigentes en la elección de destinos responsables.
- Motivar la Incorporación de los Criterios Globales de Sostenibilidad Turística (GSTC) en el sector público municipal. (ver anexo 12: GSTC) como guía en el camino de la evolución hacia un destino sostenible.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Observatorio turístico sostenible”

Se lo adoptado como herramienta de inteligencia turística permanente, encargada de observar la realidad, analizar su dinámica y proceso, proveyendo de los resultados a todos los sectores interesados. Tendrá como función principal establecer la línea de base e indicadores que permitan rescatar, ordenar y difundir información relativa a cada una de las cuestiones ligadas a la sostenibilidad turística del destino, así como el seguimiento e impacto de las acciones de mitigación y adaptación al Cambio Climático. La información estadística que proporciona, brinda soporte a la toma de decisiones de la política pública turística definida y a definir, y a

los proyectos de inversión del sector privado.

Es una de las principales herramientas de seguimiento y control del plan y de cada uno de los programas, proyectos y los efectos de sus acciones en el destino, ya sea en la actividad, el ambiente, la inclusión social, el alcance de los beneficios económicos, etc.

Como función secundaria, queremos un Observatorio que tenga además, dentro de sus características, ser un proceso de investigación y de aprendizaje abierto, que conlleve reflexión y colaboración con los sectores claves del destino. Que trabaje colaborativamente con el “Consejo técnico para un turismo sostenible”, a través del cual, se dé respuesta a las necesidades y demandas de información sensible específica y de orientación de alternativas turísticas sostenibles. Esto permitirá afianzar la valoración de la información del observatorio, y convertirse en un instrumento estratégico en la toma de decisiones, fundamentalmente para el sector empresario.

Proyecto 2: “Consejo técnico por un turismo sostenible”

Trabaja asociativamente con el observatorio turístico. Es un ámbito de investigación y seguimiento que asesora sobre las alternativas a las acciones implementadas actuales y potenciales al sector. Principalmente aquellas identificadas y destacadas por el observatorio turístico, ya sea para mitigarlas o readecuarlas, si su impacto es negativo, así como las que impulsen la actividad y permitan nuevas opciones de servicios o productos turísticos sostenibles, en un proceso de desarrollo monitoreado permanentemente.

Proyecto 3: “Fomento de prácticas sostenibles en turismo”

Busca involucrar al sector en acciones directas sostenibles, con apoyo en su gestión y fomento técnico, en la incorporación de certificaciones, sellos, buenas prácticas sostenibles a prestadores turísticos, como herramienta de competitividad al logro de un turismo sostenible. El proyecto concientiza a los prestadores en las ventajas competitivas en los mercados de ser destino sostenible; los beneficios económicos,

no solo en incremento de ventas y valor diferencial, sino también en costos internos de prestaciones; la importancia de la salud de los ecosistemas de las áreas naturales, como también fortalecer la identidad cultural muy valoradas por los turistas y la razón por la que somos opción como destino a visitar; el impacto en el turismo de una degradación del ambiente y el valor agregado que proporciona una sociedad incluida en la actividad, alcanzando beneficios sociales concretos.

Proyecto 4: “Comité de gestión de crisis y conflictos”

Tiene como función principal actuar anticipadamente a los efectos posibles de fuerte impacto en la comunidad ribereña y en la actividad turística en su conjunto. Puede ser una línea de trabajo dentro del comité interinstitucional de facilitación turística (VI. 3. 1. 1 Programa: Fortalecimiento del rol del sector público turístico; Proyecto 1) con una visión más amplia en la búsqueda de minimizar los impactos negativos en la población afectada y maximizar las oportunidades del turismo en el desarrollo social. (Ver anexo 8: Situación de crisis e implementación de medidas)

VI. 3. 3 Desarrollo de la oferta turística local

Visión estratégica:

“Un destino con una oferta turística ordenada, territorial y espacialmente en la ciudad, con productos fortalecidos y distribuidos temporalmente por temporadas, basada en la diversidad, identidad y autenticidad de su patrimonio cultural y natural, con una comunidad anfitriona hospitalaria y consiente de los beneficios de la conservación y preservación de sus bienes patrimoniales.”

Dirigida a mejorar integralmente la oferta turística local y regional, promoviendo la calidad, innovación en los servicios turísticos, incorporación de nuevas tecnologías más amigables con el medio ambiente y diversificación de los productos existente.

El desarrollo de nuevas alternativas, en base a la transformación de los atractivos identificados, en oferta de productos y servicios, identificando aquellos proyectos posibles de ser fortalecidos adecuándolos a los principios y las buenas practicas sostenibles.

Para ello se definen 4 programas prioritarios:

VI. 3. 3. 1 Programa: Conservación y puesta en valor de los atractivos naturales y culturales (Ver Mapa en Anexo 10)

Busca incorporar a la oferta del destino espacios naturales y culturales existentes y no tenidos en cuenta hasta hoy. Los anegadizos, el parque las piedras, el islote municipal, son áreas naturales con una importante capital de flora y fauna dentro del ejido municipal. Su potencial radica en el acceso tanto de los turistas como de los residentes, a la interpretación de la flora y fauna ribereña e isleña y la importancia de su manejo sostenido. Por otro lado, la identidad cultural del destino, ha quedado muy clara en el análisis realizado en el marco situacional, y su potencial turístico, con un valor diferencial de haber sido capital de la confederación argentina, le da una valía singular a la actividad en los mercados a trabajar.

Objetivos del programa:

- Poner en valor los atractivos naturales y culturales para incorporar servicios que los transformen en productos turísticos.
- Desarrollar un producto que responda a las demandas de los visitantes, y a las necesidades para la implementación del turismo educativo y programas de educación ambiental, para captar a la atención de nuestro turista objetivo en los mercados, pero también fomentar la educación ambiental en los sectores escolares iniciales, medios y secundarios.
- Añadir valor y calidad a los productos y servicios turísticos naturales y culturales existentes, que los haga competitivos frente a productos similares en el mercado.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Desarrollo de circuitos turísticos urbanos”

Planeamiento de circuitos turísticos urbanos: Readequación de City tours existentes, trekking urbano, circuito religioso, gastronómico, culturales, etc. identificación de espacios urbanos de interés turístico, etc.

Proyecto 2: “Desarrollo de ecoturismo”

Desarrollo del ecoturístico de las áreas natural. Identificación de su valor diferencial como producto y determinación de actividades posibles (Turismo naturaleza, Avistaje de fauna, senderismo, interpretación de Flora, turismo activo, aventura y/o deportivos, etc.)

Proyecto 3: “Desarrollo del turismo cultural”

Desarrollo y fortalecimiento del turismo cultural. Identificación de su valor diferencial como producto y determinación de actividades posibles (Visita a museos, circuitos históricos y auto guiados, interpretación de edificios patrimoniales, participación en expresiones culturales artísticas, visita a sitios de interés cultural, etc.)

VI. 3. 3. 2 Programa: Turismo de incentivos, reuniones, congresos, convenciones y eventos

Mantener, posicionar y promocionar a la Ciudad de Paraná como destino de congresos, convenciones, ferias, incentivos y todo tipo de evento de carácter, provincial, nacional o internacional.

Objetivos del programa:

- Mantener y posicionarse cada vez más como destino de turismo de reuniones que permita extender la temporada, ampliar las prestaciones de servicios turísticos locales y la generación de puestos de trabajo vinculados a estos.
- Promoverse como destino de incentivos a empresas y organizaciones, para

ofrecer alternativas a posibles inversores del sector, y a empresas de otros rubros que, apreciando el potencial de la ciudad por su ubicación estratégica, pueda transformarse en una opción de localización, impactando positivamente en la ampliación de los puestos de trabajo y lucha contra la pobreza, y mejorando la calidad de vida de los residentes.

- Promover la mejora permanente de la calidad de los eventos y ferias, asistiendo y ofreciendo la plaza en ferias especializadas y realizando presentaciones ante las empresas especializadas en la identificación y organización de eventos de las ventajas que ofrece el destino.
- Buscar la innovación permanente en tecnologías de comunicación, promoción y difusión de los eventos para ser mas competitivos como destino organizador.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Bureau Paraná”

Dada las características de la ciudad y el incremento que ha tenido esta actividad, es necesario motivar la conformación por parte del sector privado, de un bureau que, conjuntamente con el estado, fije una política sostenible de desarrollo, promoción y difusión del turismo de reuniones. Llevando adelante además, las sociedades y acuerdos con entidades locales, provinciales, nacionales e internacionales que le permitan fortalecerse como destino sostenible de reuniones.

El objetivo de este programa y proyecto es apoyar la creación del bureau y en la investigación de nuevos mercados y alternativas tecnológicas competitivas y sostenibles. A su vez identificar ferias y organizaciones especializadas en la comercialización de eventos, con el fin de identificar aquellos potenciales, susceptibles de ser realizados en el destino. También facilitando el acceso a los atractivos turísticos en programas especiales, el apoyo en la promoción previa y en la organización logística turística del mismo. Esto permitirá fortalecer la imagen de destino como destino sostenible.

VI. 3. 3. 3 Programa: Fortalecimiento de la oferta. Productos turísticos integrados asociativos microrregionales (Ver Mapa Anexo 11)

Busca fortalecer la oferta turística del destino, incorporando los proyectos existentes, o potencialmente desarrollables, que tienen como propuesta a las poblaciones aledañas al destino, algunas de las cuales ya están conformadas, otras trabajan informalmente como apoyo a la oferta turística, y otras forman parte de estudios o lineamientos, obtenidos de relevamientos realizados por distintas organizaciones. La posibilidad de realizar acuerdos con los municipios vecinos, y el sector privado de la región, permitirá desarrollar productos turísticos asociativos que le den valor agregado a la oferta del destino Paraná, y a estos otros, la oportunidad de incorporarse al mercado de la oferta turística, e implementar programas de desarrollo locales.

Objetivos del programa:

- Incrementar el nivel de oferta y diversificación turística asociándose con las áreas costeras, aldeas y pueblos circundantes de importante valor turístico para hacer más competitivo el destino.
- Añadir valor y calidad a los productos y servicios existentes en las microrregiones turísticas de la región de fuerte identidad cultural, para fortalecer el producto integral
- definir circuitos vinculados al río, sus costas y la cultura costera existente fuera del ejido municipal, para ampliar, fortalecer y diversificar la oferta turística local con la regional, haciendo más atractivos los productos y el destino.

Proyectos potenciales: (ver mapa en anexo 11)

Proyecto 1: Circuito integrado cultural “El Paraná y sus Aldeas”

Paraná - Aldeas Alemanas. Incluye 9 Aldeas formadas por colonias de alemanes del Volga que aún mantienen parte de sus tradiciones, danzas y gastronomía. Hace

algunos años se realizó un plan de desarrollo de estas aldeas, que involucro un plan de marketing. El objetivo es incorporarlo como oferta de nuestro destino, y de este modo ampliar la oferta local, hacer más extensivo el tiempo de permanencia en la ciudad, e incrementar el nivel de llegada de visitantes a estas aldeas y con ellos dinamizar la economía social de las mismas, ya que la mayoría de la oferta de servicios son pequeños emprendimientos familiares.

Proyecto 2: Circuito integrado natural “Senderos de la costa”

Paraná - Aldeas Alemanas. Alternativa de circuito combinado fluvial y terrestre (circuito relevado y no desarrollado aun por el ministerio de turismo de la nación). Entre la ciudad y las Aldeas existe un vínculo que se podría establecer por tierra a través de senderos costeros de aproximadamente 15km, que permitirían hacer una interpretación de la flora, fauna y la vida de los habitantes de la costa. esto podría completarse con el regreso embarcado por los ríos y riachos que unen la ciudad de Paraná con las Aldeas Alemanas.

Proyecto 3: Circuito metropolitano “Dos ciudades, un destino”

Paraná – Santa Fe. Proyecto que actualmente está trabajándose entre ambas ciudades, sin haber alcanzado una oferta concreta. Será importante ponerlo en valor la complementación y definir el perfil turístico que tendría, que permita alcanzar un alto nivel de competitividad fundamentalmente como atractor de grandes eventos. Entre ambas ciudad Paraná (capital de la Provincia de Entre Ríos) y Santa Fe (Capital de la Provincia del mismo nombre) suman más de 1.000.000 de habitantes

Proyecto 4: Circuito ribereño “Camino costero”

25km por caminos y senderos de barrancas, bocas de arroyos en galería, bosque nativo, y playadas de río. Paraná- Villa Urquiza. Una región muy rica en belleza natural de grandes barrancas que generan zonas de playas y bosques costeros prístinos. Los pequeños asentamientos de pescadores le otorgan una característica propia.

VI. 3. 3. 4 Programa: Identificación de proyectos y/o emprendimientos

turísticos sostenibles

Persigue contar con la identificación de todas las oportunidades de negocios actuales y potenciales, de emprendedores residentes que puedan fortalecer la oferta turística sostenible local a los efectos de apoyar, fomentar y/o contactar con posibles socios que hagan factible el emprendimiento.

Objetivos del programa:

- Fomentar y fortalecer emprendimientos sostenibles locales para lograr construir una cultura sostenible de impacto en la economía urbana.
- Impulsar proyectos de la economía social a la oferta del destino, con el propósito de articular y acompañar la inclusión de pobladores linderos a los atractivos turísticos, y su reconversión en actores prestadores de servicios que mejoren su calidad de vida y la del ambiente.
- Incrementar el nivel de aceptación y satisfacción del residente respecto de la actividad turística, para lograr el apoyo a la actividad a partir del reconocimiento de los beneficios que genera el turismo en sus emprendimientos.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: Banco de micro proyectos sostenibles

Identificar las oportunidades de micro-emprendimientos turísticos sostenibles, orientando, apoyando y capacitando a la población residente para alcanzar el éxito de los mismos. Fomentar la economía social vinculada a la prestación de servicios al turista, o a los prestadores turísticos, a través de emprendimientos artesanales, tradiciones gastronómicas, mitos, leyendas, expresiones culturales, relatos, vivencias y experiencias de vida importantes en el armado de los productos vinculados con el turismo experiencial.

El banco será una herramienta para la orientación y la facilitación de

emprendedores y de prestadores turísticos, y al mismo tiempo permitirá conocer el potencial existente en la comunidad. Lo que a su vez, haría posible acceder a programas de fomento, subvenciones o subsidios de fondos locales, provinciales, nacionales y/o internacionales, y/o beneficiados con disminución o eliminación temporal de la presión tributaria, etc.

VI. 3. 4 Competitividad del destino. Marketing turístico

Visión estratégica:

“Un destino turístico competitivo y posicionado en los mercados como una oferta con una identidad singular, ofreciendo experiencias auténticas, sostenibles y novedosas durante todo el año, con circuitos enriquecidos por las características singulares de las microrregiones turísticas aledañas, con opciones ventajosas para una demanda segmentada y comprometida por satisfacer sus expectativas mejorando la calidad de vida de los residentes”.

Orientada a aunar y coordinar con el sector privado, a través del Ente mixto y/o con cada sector, programas de competitividad específicos que, sumado a los programas de las líneas estratégicas anteriores permitan: Aumentar cualitativa y sostenidamente la demanda, mejorar la calidad de la visita, fortalecer su valor añadido, incrementar el gasto de los visitantes en el destino, prolongar la estadía, romper la estacionalidad, y fomentar la inclusión de actores locales en los proyectos identificados, fomentando la diferenciación y complementariedad de la oferta, frente a los destinos y productos de nuestros competidores detectados.

Para ello se definen 4 programas prioritarios y el plan de marketing:

VI. 3. 4. 1 Programa: Competitividad turística. Innovación y uso de TICs

Tiene por objetivo ser más competitivo incorporando el uso de TIC en los servicios

turísticos, optimizando al máximo las alternativas que nos ofrece los avances de la tecnología. El potencial que tienen hoy los smarphone, tablets, GPS, etc. nos da la opción de desarrollar formas de comunicación rápidas, definidas por objetivos, de bajo costo, etc. Así como en el destino, entre otras opciones, APPs para circuitos urbanos y regionales auto guiados; audio guías; aplicación de Códigos QR en identificación de edificios históricos, interpretación de naturaleza, antecedentes de prestadores de servicios; centros de interpretación inteligentes, etc.

Objetivos del programa:

- Conocer las opciones y alternativas de innovaciones que ofrecen las TICs en el servicio al turista, para incorporar apps que faciliten el conocimiento del destino y sus atractivos, ofertas y alternativas de autoguiado en sus recorridos programados, y la posibilidad de la generación de circuitos personalizados.
- Ser una ciudad inteligente para turistas, que facilite el acceso a los servicios y todas las necesidades de información y contactos online.
- Fomentar y promover la innovación tecnológica en las empresas del sector y el estado, para ser más competitivo en los canales de comunicación, alcanzando los mercados y al turista objetivo, con valores diferenciales frente a nuestros competidores, así como un destino más eficiente y amigable en las prestaciones en los servicios a los visitantes.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Innovación en las empresas y áreas del estado”

Tendrá como finalidad identificar las opciones y alternativas viables para la implementación de TICs en las empresas del sector, y por parte del organismo estatal. Propondrá las mejores iniciativas para su desarrollo e implementación.

Proyecto 2: “Innovar TurParaná”

Busca motivar la Innovación, en procesos y productos como clave para mantener el sector turístico a un nivel competitivo donde los clientes o turistas lleguen, y no quieran irse. Deberá tener formato de Agencia de apoyo, asesoramiento y acompañamiento técnico a la competitividad. Facilitando el acceso a fuentes de financiamiento y beneficios para la innovación tecnológica empresarial y estatal. Asesora en: La preparación de documentación; comunicación e imagen corporativa; formación de RRHH en gestión y seguimiento; etc.

VI. 3. 4. 2 Programa: Fomento al asociativismo empresarial

Busca fomentar la cooperación dentro del sector privado, entre las distintas especialidades, potenciando sus propias capacidades y fortaleciendo la competitividad en alianzas estratégicas. Establecer un sistema de participación activa entre empresas que permitirá, además de aumentar la competitividad, superar limitaciones y generar nuevas fuentes de rentabilidad, beneficiando a la comunidad en general.

Objetivos del programa:

- Identificar necesidades del destino de proyectos que supera las posibilidades de los empresarios individualmente, para fortalecer los servicios turísticos de manos de empresarios locales.
- Motivar alianzas profesionales y cadenas de valor basadas en acciones asociadas para potenciar las capacidades locales.
- Incorporar los conocimientos adecuados para generar condiciones básicas, necesarias para lograr que la cooperación resulte un beneficio para la comunidad.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Banco de proyectos asociativos”

Identificación de proyectos o emprendimientos que potencialmente puedan tener

socios locales, regionales o nacionales para potenciar el producto o servicios, mejorando sensiblemente la calidad de los mismos. Busca generar como resultado, una base de datos de posibles proyectos asociativos, sus necesidades de capacitación, gestión de coordinada de integración. Incluyendo la identificación de proyectos que pueden ser, en una primera etapa, Público/privado (en el caso de productos nuevos sobre espacios públicos), con el objetivo final de que sean privado/privado fortaleciendo y alentando la cadena de valor con actores locales.

VI. 3. 4. 3 Programa: Fomento a las PYMES y micro emprendimientos turísticos sostenibles

Objetivos del programa:

- Fortalecer los micro emprendimientos existentes y su readecuación sostenible, para garantizar su alineamiento con la política sostenible, y el acceso a financiamiento si es necesario.
- Fomentar emprendimientos sostenibles que generan valor agregado a la visita del turista, que promuevan las expresiones productivas, artísticas y costumbristas características de la identidad cultural del destino
- Identificar líneas de financiamiento subsidiado, y/o a fondo perdido nacionales e internacionales para la recuperación de artes, costumbres y hábitos de la tradición local.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Incubadora de empresas turísticas”

Desarrollar una incubadora de Empresas Turísticas con el fin de incentivar el espíritu emprendedor, promover la consolidación de los emprendimientos turísticos y/o la transformación de ideas en proyectos, por medio de la concreción de los planes de negocio en empresas que se destaquen por su innovación, esfuerzo y generación de puestos de trabajo de esta manera propender al fortalecimiento y

ampliación de la oferta turística de Tierra del fuego

Proyecto 2: “Asistencia técnico/financiera a la sostenibilidad turística”

Promover la asistencia técnica/financiera para la readecuación sostenible de micro emprendimientos existentes, ya sea a través de la generación de fondos locales y/o con cooperación internacional. Identificar a su vez, líneas de financiamiento subsidiado, y/o a fondo perdido nacionales e internacionales para la recuperación de artes, costumbres y hábitos de la tradición local.

VI. 3. 4. 4 Desarrollo del Plan de Marketing de destino

Desarrollar de un plan de marketing que permita optimizar los recursos para lograr el posicionamiento de la marca Paraná, y el destino y sus productos turísticos. Destacando su valor diferencial, y características singulares que lo hacen distinto en los mercados, y que le otorgan una Proposición de Venta Única (USP su expresión en inglés), y competitiva.

Objetivos del programa:

- Definir las políticas de comunicación de Paraná como destino turístico, que tenga en cuenta los momentos de mayor demanda de los productos, el turista objetivo a alcanzar y los mercados prioritarios, en una línea argumental que retroalimente los esfuerzos promocionales.
- Posicionar la marca, destino y productos turísticos de la ciudad, construyendo una imagen positiva para lograr el desarrollo sostenible.
- Definir un plan de acción anual que permita alcanzar los objetivos estratégicos planificados.

Proyectos potenciales:

Proyecto 1: “Identificación y seguimiento de mercados”

Identificación y seguimiento de mercados internacionales, nacionales y regionales.

Determinación de mercados objetivos y valor diferencial competitivo.

Acciones involucradas:

- Identificación de mercados objetivos y segmentación.
- Identificación de turista objetivo.
- Identificación de valor diferencial por mercado y sector.
- Planes de comercialización.

Proyecto 2: “Oferta del destino y productos”

Acciones involucradas:

- Imagen del destino.
- Identificación y gestión de canales directos de comunicación (eventos, internet: Página web, RRSS, e-marketing, marketing viral, etc)
- Identificación y gestión de canales indirectos de comunicación (AVyT, Metabuscadores selectivos, etc.)
- Plan de medios
- Plan de promoción

Proyecto 3: “Evaluación y control”

Busca tener un seguimiento y evaluación permanente de la eficacia y efectividad de las acciones implementadas y la corrección o redirección de las que no estén alcanzando los objetivos esperados.

Acciones involucradas:

Entre otras:

- Nivel de satisfacción de los turistas
- Nivel de satisfacción de los residentes
- Nivel de posicionamiento de la marca
- Nivel de información de los turistas sobre el destino

- Nivel de alcance de mercados
- Nivel de eficiencias de las campañas de promoción y difusión

CAPITULO VII. Validación

Para alcanzar una propuesta factible de ser aplicada en el territorio se consideró importante avanzar en la validación de los datos obtenidos y conclusiones diagnósticas, y del plan de desarrollo sostenible como proyecto propuesto. Para ello las entrevistas se dividieron en dos segmentos: En primera instancia se presentaron los datos obtenidos en las distintas fuentes consultadas, las conclusiones analíticas a las que se arribó y el FODA definido en base a estos. En segunda instancia se expuso el proyecto, sus estrategias, programas y proyectos.

Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 2hs con cada una de los participantes. Se seleccionaron para formar parte de las mismas, a referentes destacados de cada uno de los sectores que consideramos estratégicos para el logro de los objetivos del plan. (Ver Anexo 6: Fotos de Entrevistas de Validación Empresaria, Técnico-Académica y Política)

Por el sector empresario (SE) se entrevistó a Dn. Marcelo Barzuglia, Pte de la asociación de empresarios Hoteleros y Gastronómico de Paraná en dos periodos, y actualmente representante de la región Litoral en la comisión directiva de FEHGRA en el ámbito nacional. Ha estado permanentemente involucrado en las decisiones que el sector empresario toma frente al estado y otros sectores. Por lo que lo es un importante actor generador de opinión. (Anexo 6: Foto 1)

Por el sector técnico-académico (STA) el Prof. Pablo Donadío, jefe del Departamento de Investigación de la facultad de Ciencias de la Gestión de la UADER, que involucra 3 carreras de formación de la actividad turística. Las carreras de Licenciatura en Turismo, Hotelería y Gastronomía. Además, es docente de planificación turística del Instituto Sol de Turismo; investigador y ponente en eventos vinculados con el sector. (Anexo 6: Foto 2)

Por el sector Político (SP) se buscó validar la información con el actual Vicegobernador de la Provincia de Entre Ríos, el Ctdor. Adán Humberto Bahl, Paranaense y precandidato a Intendente de la ciudad de Paraná para los comicios del próximo año. Con él, se buscó tener una mirada sobre las falencias que

presenta la ciudad, y que demandarán definiciones estratégicas para su tratamiento, minimización y/o alcanzando soluciones definitivas, dado el impacto que tienen sobre la población residente y visitantes. (Anexo 6: foto3)

Como se mencionó cada segmento de la entrevista se estructuró con una presentación y posteriores consultas, para las cuales se utilizaron las siguientes preguntas disparadoras:

Para la validación del Diagnóstico:

- 1- ¿Qué opinión le merece las fuentes consultadas?, ¿agregaría alguna que cree relevante?
- 2- ¿Comparte las conclusiones diagnósticas alcanzadas?
- 3- A su criterio ¿Hay algún tema que merece mayor profundización?
- 4- ¿Desea agregar algún tema, que a su criterio necesita ser analizado?

Para la validación del proyecto:

- 1- ¿Es factible a su entender la aplicación de este proyecto, total o parcialmente? Si la respuesta es parcial. ¿Por qué?
- 2- ¿Participaría, ud o la institución que representa, en los ajustes finales y/o adecuación de los proyectos planteados? ¿Cuáles serían de su interés?
- 3- ¿Apoyaría la implementación de este plan?
- 4- ¿Lo cree políticamente viable?
- 5- ¿Cree factible la readecuación administrativa, normativa y/o curricular técnica y/o terciaria se fuera necesario para el logro de los objetivos planteados?
- 6- ¿participaría de las comisiones que lo involucran como sector?
- 7- ¿Qué tema no encontró reflejado en el plan y es importante tener en cuenta?

VII. 1 Validación del diagnostico

Los datos obtenidos en el marco contextual situacional y las conclusiones analíticas alcanzadas, fueron expuestas y sus datos fundamentados en las fuentes consultadas. Tanto los datos como las fuentes fueron validados en general por los 3 referentes que formaron parte de la consulta.

A las consultas respondieron:

- 1- ¿Qué opinión le merece las fuentes consultadas? ¿Agregaría alguna que cree relevante? Respuestas: Todos los entrevistados respondieron que les parece suficiente. El STA agrego, que realizan trabajos de investigación constantes sobre diversos temas, y que se han utilizado algunas de las fuentes descriptas, y las calificó como confiables.
- 2- ¿Qué opinión le merece el diagnostico alcanzado? Todos los entrevistados acordaron en general con las conclusiones obtenidas. Incorporando, en el caso de los empresarios, datos relevantes de la situación del sector en la última temporada estival, que fortalecieron las conclusiones conseguidas; en el caso del representante político acordó en la necesidad de avanzar en propuestas inclusivas y consensuadas con el sector, y en la necesidad de actualizar y modernizar las normas vigentes que rigen en la ciudad.
- 3- A su criterio ¿Hay algún tema que merece mayor profundización? A esta consulta el SE y SP respondieron de manera negativa. El STA agrego la necesidad de profundizar en los niveles de satisfacción, y propuso trabajar en conjunto con la catedra de planeamiento turístico y marketing para el relevamiento de esta información en la próxima temporada invernal.
- 4- Por último, se consultó: ¿Desea agregar algún tema, que a su criterio necesita ser analizado? A la que respondieron negativamente.

Concluidas las consultas del primer segmento se procedió a exponer y analizar el

FODA, como corolario de este, para adentrarnos en el proyecto propuesto.

VII. 2 Validación del proyecto

En el marco del mismo encuentro, y una vez validado el diagnóstico, se presentaron las estrategias, programas y proyectos definidos a los 3 sectores estratégicos.

Las entrevistas se dieron en el marco de una charla amena y de continuidad analítica descriptiva. Las respuestas a las consultas se fueron dando centradas en los intereses de cada sector preferentemente.

Estas fueron las siguientes:

- 1- ¿Es factible a su entender la aplicación de este proyecto, total o parcialmente? Si la respuesta es parcial. ¿Por qué?

Todos los sectores vieron muy factible su aplicación integral. SE y SP hicieron referencia a un acuerdo integral para su aplicación, ya que seguramente demandara más de un ciclo de gestión. Hicieron hincapié en el fortalecimiento de las comisiones y el empoderamiento de los sectores en las herramientas para su continuidad.

- 2- ¿Participaría usted, o la institución que representa, en los ajustes finales y/o adecuación de los proyectos planteados? ¿Cuáles serían de su interés?

SE: Manifiesta su compromiso permanente con la actividad y su necesidad imperiosa de lograr fortalecer el sector. Su interés está centrado en mejorar los productos, incorporar nuevas alternativas turísticas que retengan al turista, acompañar al estado en cada una de las acciones que se plantean con un apoyo institucional, y activo desde el EMPATUR y la asociación empresaria. Quieren el compromiso del SP para llevar el proyecto hasta el logro de los objetivos.

STA: Planteo su compromiso y participación en lo que sea necesario. Les

intereso principalmente el Observatorio turístico, para lo cual dispondría de recursos económicos y profesionales para su implementación. Ve muy interesante y factible adecuar el contenido curricular universitario, o la implementación de cursos cortos, para la formación de profesionales según la demanda local. Plantean la posibilidad de avanzar como prueba piloto Paraná y replicarlo en toda la provincia. También manifestaron interés en el trabajo sobre los nuevos productos, las TICs y acciones de calidad en la prestación de los servicios.

SP: Lo ve muy posible y coincide en la necesidad de trabajar en el fortalecimiento institucional de la actividad y modernizar las normas existentes. Concuera también, en la necesidad de realizar un acuerdo con todos los sectores y de crear un espacio para la definición de acuerdos comunes. Se compromete a mantener los recursos que sostienen al EMPATUR y ve a la actividad como estratégica para el desarrollo de nuevas áreas de la ciudad y su capacidad de poder mejorar la calidad de vida de la población.

3- ¿Apoyaría la implementación de este plan?

Todos los sectores respondieron afirmativamente.

4- ¿Lo cree políticamente viable?

SE y STA: Ambos respondieron afirmativamente, pero lo supeditaron a la existencia de un acuerdo que comprometa a todos los sectores a trabajar con el propósito del logro de los objetivos. Fundamentalmente el SP.

SP: Lo ve muy viable, pero refuerza la idea de un acuerdo con todos los sectores, y el compromiso, principalmente del SE en acompañar y hacer los ajustes necesarios.

5- ¿Cree factible la readecuación administrativa, normativa y/o curricular técnica y/o terciaria, se fuera necesario, para el logro de los objetivos planteados?

SE: Es muy importante. "...hoy los egresados no conocen las necesidades del sector y tenemos que formarlos trabajando. Eso nos significa tiempo y una inversión importante, con el riesgo que no se adecue a las necesidades de la empresa... tendrían que tener una base más ajustada a la realidad..."⁵³

STA: Es necesaria la readecuación normativa. "...hoy la mayoría de las normas vigentes en la ciudad son obsoletas o de difícil implementación..."⁵⁴

Con respecto a la formación profesional lo ve muy factible, pero manifiesta la necesidad de conformar el comité planteado en el proyecto, ya que será la forma de poder conocer con certeza la demanda académica.

SP: Si totalmente factible. "... tenemos que buscar las mejores herramientas para hacer posible los proyectos que se plantean..."⁵⁵

6- ¿participaría de las comisiones que lo involucran como sector?

Todos respondieron positivamente. El SE manifestó que lo verían puntualmente, así como su representación, pero estiman que, participarían en la mayoría de las comisiones, dado que de una u otra manera cada decisión los afecta directa o indirectamente.

7- ¿Qué tema no encontró reflejado en el plan y cree que es importante tener en cuenta?

Todos manifestaron que creen que están todos los temas involucrados. Pero que sería necesario un análisis más profundo, que seguramente se dará si el proyecto prospera. El SP manifestó el interés en avanzar en el estudio de readecuación de las normas vigentes, con el propósito de reducir los tiempos, y tener propuestas específicas, llegado el caso de ser gobierno en 2019.

Como conclusión de las entrevistas, se manifiesta en cada una de las respuestas, un entendimiento y necesidad de avanzar en acuerdos comunes y fomentar el

⁵³ M. BARZUGLIA. Entrevista: Validación de proyecto. 16 DE Marzo 2018. Entrevista Personal.

⁵⁴ P. DONADIO. Entrevista: Validación de proyecto. 19 DE Marzo 2018. Entrevista Personal.

⁵⁵ A. H. BAHL. Entrevista: Validación de proyecto. 20 DE Marzo 2018. Entrevista Personal.

trabajo interdisciplinario. Las respuestas también manifiestan un importante grado de madurez, en la idea de búsqueda de soluciones de los conflictos que generalmente dividen a los sectores, y un compromiso por participar activamente en un plan y sus proyectos con objetivos y estrategias definidas de común acuerdo, y que los tengan como actores claves activos en su definición y ejecución.

CAPITULO VIII. Recomendaciones

Paraná es una ciudad donde confluyen numerosas actividades con fuertes intereses administrativos, comerciales y políticos. Será muy importante lograr confluir el interés por el desarrollo del turismo sin descuidar la incorporación de estos aspectos, ya que el logro de un turismo sostenible para la ciudad, se dará con el equilibrio de todos los intereses y la inclusión de todos los sectores y actores, convirtiéndolos en autores de su crecimiento.

La creación de ámbitos de participación será el factor clave para una gestión democrática, equitativa, inclusiva y sostenible. Por lo que se recomienda que estén planteados desde el inicio de la estructuración de las líneas de acción de las estrategias del plan (Ver Anexo 9: Planificación Temporal de los Proyectos). La constante relación con los grupos de interés (stakeholders) y las líneas de comunicación con ellos no son menores, permiten identificar cuáles son los nuevos intereses y/o demandas, que aunadas, fortalezcan y potencien los efectos buscados con los proyectos que a futuro se planteen.

El empoderamiento por parte de la comunidad de las herramientas sostenibles que se presenten a través de los distintos proyectos planteados, será muy importante y relevante. Por lo que es recomendable, que se incorporen en el diseño de cada uno de ellos, las estrategias de empoderamiento que se utilizarán para su racionalización, comprensión e incorporación en los hábitos de vida, o las modalidades de prestación de los servicios turísticos.

Las normas son fundamentales para el logro de los objetivos sostenibles planteados, ya que establecen un régimen igualitario para todos quienes tienen intereses sobre el objeto normado. Por lo que deben ser claras, sencillas y producto de un trabajo interdisciplinario, donde todos los sectores involucrados puedan opinar y aportar para el logro de sus fines. Del mismo modo es importante el compromiso en su aplicación y respeto en sus limitaciones y recomendaciones. Esto se logra, si

los mecanismos para el cumplimiento y control de estos aspectos, están claramente establecido en el texto de la norma a implementar.

Los recursos humanos son un factor clave para el logro de un turismo sostenible. La formación adecuada, que responda a las demandas del desarrollo del turismo buscado, será relevante y propondrá a la mejora en la calidad de servicios y a una actividad competitiva. Se recomienda un trabajo sinérgico con las instituciones de formación profesional o técnica que permitan, una adecuación curricular, o la implementación de cursos de capacitación o formación específicos.

En lo que refiere a la conformación de un Observatorio, consideramos que es uno de los pilares para el logro de la sostenibilidad de la actividad. Se debe garantizar su objetividad y seriedad en las toma de datos, investigaciones, monitoreo, control y difusión de los resultados obtenidos. Para esto se recomienda que funcione por fuera de los intereses públicos y privados, que participen como actores informantes y consumidores de sus productos, pero la responsabilidad en su administración y manejo este en organismos externos como podría ser el sector académico.

Dada la concurrencia de eventos naturales, como lo son las inundaciones cíclicas (cada 5 años las ordinarias y cada 10 las extraordinarias) y los efectos negativos que éstas generan en la promoción y difusión del turismo del destino, y los impactos negativos sociales sobre las poblaciones ribereñas, es recomendable la conformación del comité de crisis y conflictos, ya que el trabajo metódico técnicos en el lineamiento de las estrategias que involucren los distintos programas y proyectos planteados en el plan, coadyuvaran a prevenir los impactos negativos y fortalecer el impacto positivo social y ambiental. Esto fortalecerá los efectos positivos de una gestión positiva del turismo, en el compromiso con los impactos provocados por las crisis y conflictos en la población local. (Ver anexo 8: Situación de crisis e implementación de medidas tentativas)

ANEXOS

Anexo 1: Charter del Proyecto Final de Graduación

ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN	
<p>Nombre y apellido: Adrián Stur Lugar de Residencia: Paraná-Entre Ríos-Argentina. Institución: Universidad para la Cooperación Internacional Situación: Estudiante</p>	
Información principal y autorización	
<p>Fecha: 24 de Noviembre de 2017</p>	<p>Nombre del proyecto: Plan para el desarrollo turístico sostenible de la ciudad de Paraná.</p>
<p>Áreas de conocimiento: Planificación turística Turismo sostenible Ecoturismo Mercadeo Gestión turística sostenible</p>	<p>Áreas de aplicación: Planificación turística Turismo sostenible Ecoturismo Mercadeo Gestión turística sostenible</p>
<p>Fecha de inicio del proyecto: 26 de Diciembre de 2017</p>	<p>Fecha tentativa de finalización: 01 de Abril 2018</p>
<p>Tipo de PFG: Tesis</p>	
<p>Objetivos del proyecto:</p> <p>General: Contribuir al desarrollo turístico sostenible de la Ciudad de Paraná</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir la situación actual de la ciudad de Paraná como destino turístico actual y potencial. • Definir líneas estratégicas turísticas sostenibles que mejoren la calidad de vida de la población. • Proponer y compartir un plan de desarrollo turístico sostenible local. 	

Descripción del producto:

El proyecto tiene por finalidad poder contar con un plan sostenible de desarrollo de la actividad turística que permita salir del estancamiento en el que se encuentra inmersa, por efectos de la estacionalidad y falta de productos turísticos que la hagan un destino de calidad y competitivo para la demanda regional y nacional.

Objetivo:

Definir un plan sostenible que permita:

- Diversificar la oferta turística del destino.
- Añadir valor y calidad a los productos y servicios que haga más competitivo el destino.
- Incrementar el nivel de aceptación y satisfacción del residente respecto del la actividad turística.
- Proponer normas y usos sostenibles que promuevan el desarrollo de la ciudad.
- Fomentar y fortalecer emprendimientos sostenibles locales.
- Fortalecer las instituciones del sector (Públicas, Privadas y Mixtas).
- Lograr una coordinación eficiente entre las distintas dependencias del sector público relacionadas con la actividad turística.
- Fomentar la relación y coordinación entre el sector público y el sector privado.

Necesidad del proyecto:

- Pérdida de empleos estables en el sector
- Disminución de microemprendimientos locales artesanales, gastronómicos y de servicios vinculados con el turismo
- Falta de control, resguardo y preservación de las áreas naturales colindantes a la ciudad, de gran valor natural por su flora y fauna autóctona
- Incorporar actividades turísticas sostenibles en las zonas naturales (Bañados, islas, costas ribereñas, parques recreativos), hoy ausentes
- Fuerte estacionalidad de la actividad
- Disminución de la calidad por pérdidas de servicios con el objetivo de abaratar costos. Competencia por precio y no por calidad

Justificación de impacto del proyecto:

El proyecto permitirá revertir la situación actual de la actividad, fomentando la conservación y preservación de las áreas naturales que rodean la ciudad y la vinculan con el río Paraná, uno de los más caudalosos de América del sur. La previsibilidad en el uso de los recursos naturales de la mano de propuestas de emprendimiento sostenible, evitará un impacto negativo en la flora y fauna local, y la recuperación de especies que han migrado a zonas aledañas e islas.

Las nuevas actividades y mejora en las existentes, a su vez permitirán tener una mayor oferta turística, que tendrá, por sus características naturales y de uso, distintos matices según la época del año que se visite, lo que permitirá trabajar para romper la estacionalidad tan marcada que tiene la ciudad.

La actividad con la incorporación de herramientas de gestión, con objetivos y metas a mediano y largo plazo, la dotará de nuevas perspectivas, más atractivos y mejores servicios turísticos, que permitirá captar mayor interés en la demanda, hacerla más competitiva y de calidad.

Restricciones:

Acceso a la Información pública estadística. Dado que la mayor parte la información estadística depende del estado, existen algunos procesos administrativos para acceder a ella.

Temporada Vacacional. Los meses de Enero y Febrero son vacacionales en nuestro país por lo que las prestaciones públicas son reducidas y el sector privado se encuentra en receso o guardias pasivas.

Acceso a áreas potenciales de desarrollo turístico. Naturales y Culturales. Fundamentalmente las naturales que dependen de los organismos oficiales municipales y provinciales y es necesario contar con los permisos correspondientes y las culturales (museos y sitios) que son alcanzados por los periodos de receso vacacionales.

Supuestos:

Paraná es la ciudad paisaje. La ciudad es reconocida popularmente, a nivel regional y nacional como la ciudad paisaje, dada su situación de estar sobre elevada y rodeada de naturaleza y el río. Este reconocimiento impacta favorablemente en el interés del potencial turista.

Viví el río en Paraná. Dado que está a la vera del río Paraná, también, como si fuera un slogan, se repite popularmente esta frase que da cuenta del potencial existente y del interés que el río despierta en los residentes y visitantes.

El paranaense es amigable y presto a ayudar. Algo que también es repetido continuamente por quienes no son de la ciudad y muchos residentes. Popularmente, se tiene la convicción de que la gente es abierta y amigable, y esto añade un valor agregado al destino.

Ninguno de estos supuestos ha sido confirmado por ningún estudio, pero hay que tenerlos en cuenta, porque desnudan las expectativas con las que muchos turistas pueden llegar a la ciudad, y que tienen también parte de los residentes, y así evitar posibles decepciones e impactos negativos.

Entregable:

Plan de desarrollo turístico sostenible de la ciudad de Paraná.

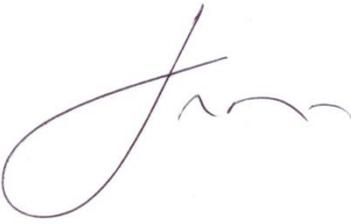
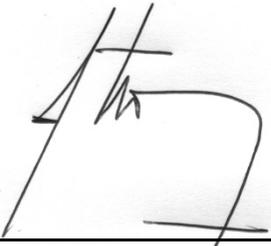
Identificación de grupos de interés:

Internos:

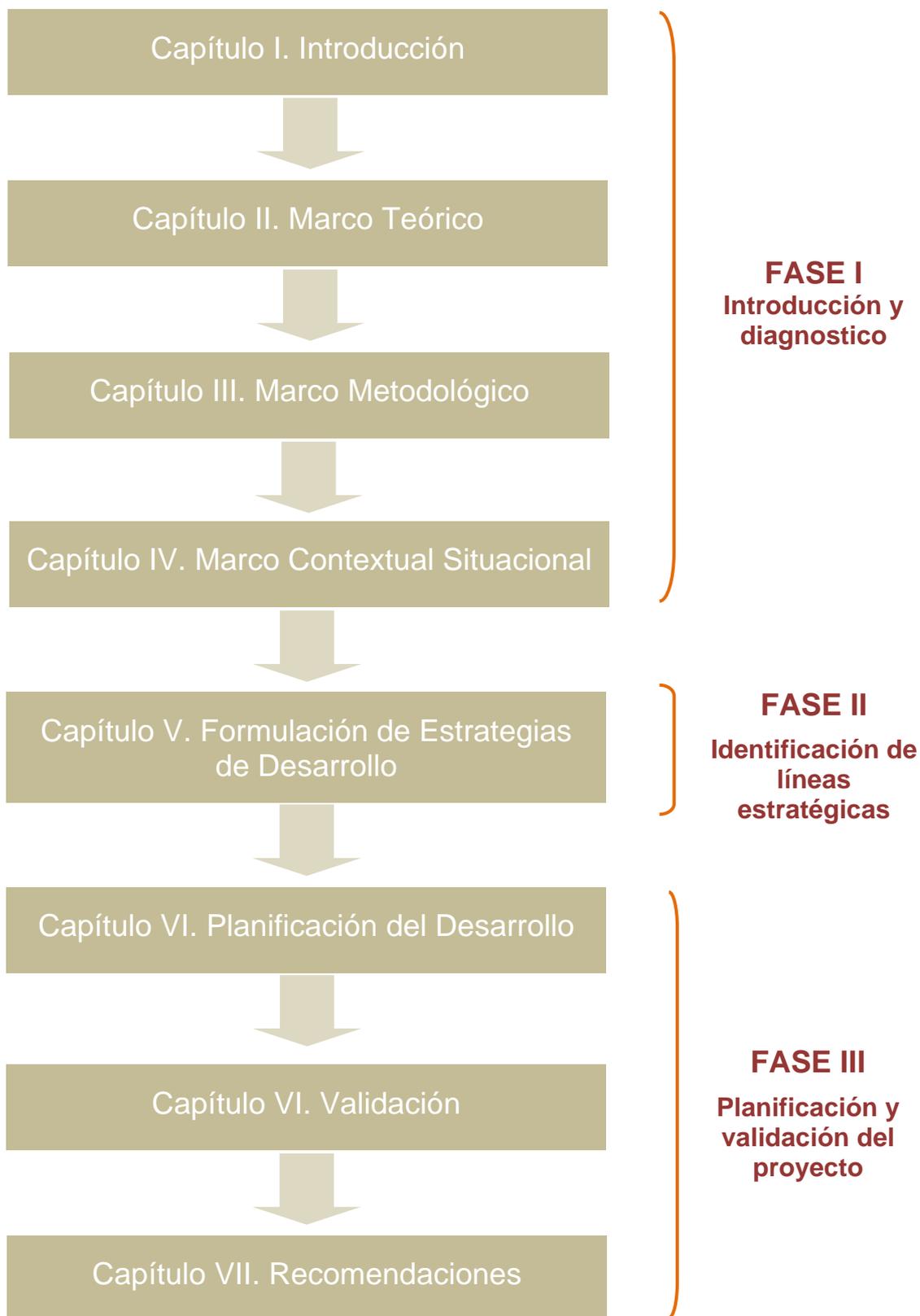
- Municipalidad de Paraná. Áreas de Turismo, Medio Ambiente, Servicios Públicos, Obras Públicas.
- Equipo de especialistas. Un biólogo; esp. En actividades recreativas al aire libre; en infraestructuras en áreas protegidas; en normas de calidad.

Externos:

- Ente Mixto de Turismo.
- Empresarios hoteleros y extra hoteleros.
- Agencias de viajes
- Ongs ecologistas: M´Bigua; Ecourbano; Asamblea más río menos termas; Añangarecó Nderejhé; Eco clubes; Baqueanos del Río; Foro Ecologista.
- Ongs vinculadas a la cultura: Comisión de Preservación del patrimonio Arquitectónico; comisión amigos del Parque Urquiza; Rescate de la Historia; Arte en Movimiento; Artistas Auto convocados; Cooperativa de trabajo cultural “De la Baxada”.
- Ministerio de Turismo provincial: Plan de Inversiones Turísticas.
- Ministerio de Turismo Nacional: Plan de Inversiones en infraestructura Turística.
- Ciudadanos
- Centros educativos (de primera enseñanza y especializados)

<p>Aprobado por: Fabián Román</p>	<p>Firma:</p> 
<p>Estudiante: Adrián Stur</p>	<p>Firma:</p> 

Anexo 2: Estructura desglosada del trabajo



Anexo 3: Facsímil de Formulario de entrevistas a 30 actores claves

Con el objetivo de estructurar un Plan Integral Estratégico de Desarrollo Turístico. PIEDT. Paraná, Horizonte 2030 el EMPATUR realizó 30 entrevistas a referentes estratégicos vinculados con el sector turístico.

Las entrevistas se realizaron vía web, a través de la plataforma de Google Formularios. Consta de 60 preguntas y fue realizado en el mes de setiembre de 2017.

Con el mismo fin se presentan como Anexo 2: Facsímil de Resultados de las entrevistas a estos actores claves, obtenidas en octubre 2017 y presentadas al sector a fines del 2017 en el centro comercial de la ciudad de Paraná.



Foto: Presentación de resultados de entrevistas a actores claves. Diciembre 2017

"Plan Integral Estratégico de Desarrollo Turístico" PIEDT - PARANÁ - HORIZONTE 2030

*Obligatorio

1. Dirección de correo electrónico *

2. 1. ¿Cree Ud. que el turismo genera beneficios económicos para la ciudad? *

Marca solo un óvalo.

- Mucho
 Poco
 Nada

3. 2. ¿Considera Ud. que el turismo en Paraná genera puestos de trabajo? *

Marca solo un óvalo.

- Mucho
 Poco
 Nada

4. 3. ¿Cómo calificaría la predisposición de los paranaenses para con el turista? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo

5. 3A. ¿Considera que falta sensibilización*? *

* Entendiendo Sensibilización, como "creación de conciencia, arraigo e identidad en la comunidad receptora".
Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 Tal Vez

6. 4. ¿Cómo calificaría el profesionalismo y capacitación de los recursos humanos locales afectados al turismo? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo

7. 4A. ¿Considera que falta capacitación? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 Tal vez

8. 5. Marque los productos turísticos* que Ud. considere que están BIEN DESARROLLADOS en Paraná (Máximo 5) *

* Entendiendo Producto Turístico, como "la suma de los recursos turísticos con un grado de atractividad, más los servicios para poder acceder y disfrutar de dichos recursos".

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Turismo Educativo
- Gastronomía
- Recreación Nocturna
- Turismo de Reuniones
- Turismo Rural
- Deportes Náuticos
- Turismo Científico
- Golf
- Automovilismo
- Grandes Eventos - Shows
- Termas
- Relax y Spa
- Ecoturismo
- Historia
- Tradición y Folclore
- Sol y Playa
- Turismo Aventura
- Cultura
- Turismo Religioso
- Enoturismo
- Parques Temáticos
- Turismo Activo
- Turismo LGBT
- Turismo Accesible
- Pesca Deportiva
- Deportes
- Avistaje de Aves
- Carnaval
- Cicloturismo

9. 6. Marque los productos turísticos* que Ud. considere que están DESAPROVECHADOS en Paraná (Máximo 5) *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Turismo Educativo
- Gastronomía
- Recreación Nocturna
- Turismo de Reuniones
- Turismo Rural
- Deportes Náuticos
- Turismo Científico
- Golf
- Automovilismo
- Grandes Eventos - Shows
- Termas
- Relax y Spa
- Ecoturismo
- Historia
- Tradición y Folclore
- Sol y Playa
- Turismo Aventura
- Cultura
- Turismo Religioso
- Enoturismo
- Parques Temáticos
- Turismo Activo
- Turismo LGBT
- Turismo Accesible
- Pesca Deportiva
- Deportes
- Avistaje de Aves
- Carnaval
- Cicloturismo

10. 7. Marque los productos turísticos* que Ud. considere que son POTENCIALES para Paraná (Máximo 5) *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Turismo Educativo
- Gastronomía
- Recreación Nocturna
- Turismo de Reuniones
- Turismo Rural
- Deportes Náuticos
- Turismo Científico
- Golf
- Automovilismo
- Grandes Eventos - Shows
- Termas
- Relax y Spa
- Ecoturismo
- Historia
- Tradición y Folclore
- Sol y Playa
- Turismo Aventura
- Cultura
- Turismo Religioso
- Enoturismo
- Parques Temáticos
- Turismo Activo
- Turismo LGBT
- Turismo Accesible
- Pesca Deportiva
- Deportes
- Avistaje de Aves
- Carnaval
- Cicloturismo

Servicios Turísticos

11. 8. ¿Cómo califica a la Planta Turística de Paraná en general? *

* Entendiendo Planta Turística, como "la infraestructura pública y servicios privados y públicos, que están disponibles en un destino para la utilización por parte de los turistas".

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

12. 9. ¿Cómo considera la oferta de alojamiento en la ciudad? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

13. 9A. ¿Considera que las plazas hoteleras disponibles son suficientes? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

14. 9B. En cuanto a la hotelería, ¿hace falta mayor cantidad, mejor calidad o mayor diversificación*? *

* Entendiendo Diversificación, como "la diferenciación del alojamiento convencional, adoptando otras modalidades; como por ejemplo boutiques hoteles, hostels, B&B, entre otros".

Marca solo un óvalo.

- Cantidad
- Calidad
- Diversificar
- Ninguna de las anteriores

15. **10. ¿Cómo considera la oferta gastronómica de la ciudad? ***
Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Buena
 Buena
 Regular
 Mala

16. **10A. ¿Considera que Paraná tiene una oferta gastronómica con identidad propia* que la represente y diferencie? ***

* Entendiendo como Identidad Propia, "a todos aquellos productos, recursos y técnicas que se utilizan en la cocina, y que son característicos y representativos de una región. En el caso de Patagonia es el Cordero, y en el Noroeste la Humita."
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

17. **10B. En cuanto a la gastronomía, ¿hace falta mayor cantidad, mejor calidad o mayor diversificación? ***

Marca solo un óvalo.

- Cantidad
 Calidad
 Diversificar
 Ninguna de las anteriores

18. **11. ¿Considera que Paraná tiene buena conexión de líneas regulares en los siguientes tipos de transporte: ***

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Aéreo	<input type="radio"/>				
Vial	<input type="radio"/>				
Ferrovial	<input type="radio"/>				
Fluvial	<input type="radio"/>				

19. **11A. ¿Conoce las gestiones para ampliar los vuelos regulares a Paraná? Como lo calificaría? ***

Marca solo un óvalo.

- Bueno
 Malo
 Desconoce

21. **11C. Priorice una de las siguientes opciones, que Ud. considere que beneficiaría la llegada de turistas, en cuanto a conexiones de los diferentes medios de transporte: ***

* Entendiendo por Charter, "al servicio no regular que prestan las empresas, para la realización de circuitos turísticos".

Marca solo un óvalo.

- Mayor frecuencia de ómnibus desde otras ciudades del país y de la región, hacia Paraná
 Conectar a Paraná, a través del ferrocarril con el resto de la provincia y del país
 Conexión fluvial entre Paraná y otras ciudades ribereñas, en forma regular o charter*

22. **12. ¿Considera que el turista utiliza el transporte interno de Paraná? ***

* Si su respuesta fue negativa, pase directamente a la pregunta 12B.

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No*

23. **12A. ¿Cómo lo calificaría?**

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Taxis	<input type="radio"/>				
Remis	<input type="radio"/>				
Transporte Público	<input type="radio"/>				

24. **12B. ¿Conoce o ha realizado paseos náuticos desde nuestra ciudad? Como lo calificaría? ***

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo
 Desconoce

25. **12C. ¿Considera necesario fomentar el transporte interno de la ciudad en bicicleta para los turistas? ***

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No
 Tal vez

26. 13. ¿Consideraría que la ciudad posee suficientes propuestas recreativas, en los siguientes aspectos? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Mucho	Poco	Nada
Museos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades culturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades para niños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shoppings	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casino y Juegos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bares y Boliches	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recreación deportiva y naturaleza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades temáticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Infraestructura Pública

27. 14. ¿Cómo considera el estado de las rutas de ingreso a la ciudad? *

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Ruta Nacional N°168	<input type="radio"/>				
Acceso Norte	<input type="radio"/>				
Ruta Nacional N°18	<input type="radio"/>				
Ruta Nacional N°12	<input type="radio"/>				
Ruta Provincial N°11	<input type="radio"/>				

28. 14A. Marque la ruta que considera prioritaria mantener en buen estado para el ingreso de turistas *

Marca solo un óvalo.

- Ruta Nacional N°168
- Acceso Norte
- Ruta Nacional N°18
- Ruta Nacional N°12
- Ruta Provincial N°11

29. 15. Califique la estructura edilicia y el servicio que brindan las siguientes terminales: *

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Aeropuerto	<input type="radio"/>				
Terminal de Ómnibus	<input type="radio"/>				

31. 15B. ¿Cómo considera los recorridos y la señalización interna en Paraná, desde las áreas turísticas hacia el Aeropuerto? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

32. 15C. En cuanto a la terminal de ómnibus, ¿considera correcto continuar en la ubicación actual, o reubicarla? *

* Si su respuesta fue "Ubicación Actual", pase directamente a la pregunta 16.

Marca solo un óvalo.

- Ubicación actual*
- Reubicación

33. 15D. En caso de reubicarla, ¿qué área considera más conveniente?

Marca solo un óvalo.

- Macrocentro (entre boulevares)
- Zona Norte (Acceso Túnel - Acceso Norte)
- Zona Este (Ex-Hipódromo - Av. Almagro)
- Zona Sur (Paracá - Km 5,5)

34. 16. En cuanto a la Estación de Trenes, ¿la considera importante para el movimiento de turistas? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

35. 17. ¿Cómo califica el punto de embarque de paseos y excursiones náuticos, ubicado en la Costanera de Paraná? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

37. 18A. ¿Cree Ud. que el turista solicita bajadas de lanchas? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 Desconoce

38. 18B. ¿Cree Ud. que el turista solicita amarras* para sus embarcaciones? *

* Entendiendo como Amarras, "a un espacio seguro en un medio fluvial, para asegurar embarcaciones".

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 No sabe / No contesta

39. 18C. ¿Considera que Paraná posee suficientes amarras para embarcaciones? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 No sabe / No contesta

40. 19. ¿Cómo considera el estado de las calles de la trama urbana de Paraná, en general? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo

41. 19A. ¿Cómo califica el estado de las calles en las áreas frecuentadas por los turistas? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo

43. 19C. ¿Considera que el estacionamiento es dificultoso para el turista, a la hora de frecuentar los diferentes lugares turísticos? *

Marca solo un óvalo.

- Si
 No

Señalética

44. 20. ¿Considera que Paraná tiene señalización turística? *

Marca solo un óvalo.

- Mucho
 Poco
 Nada

45. 20A. Marque si considera que debe mejorarse la señalización en los siguientes lugares – espacios:

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Calles en general
 Como llegar a áreas turísticas
 Como llegar a los atractivos principales
 Ingresos y egresos de la ciudad
 Como llegar a terminal de ómnibus
 Como llegar al aeropuerto
 Infografía de los atractivos
 Descripción en otro idioma o lenguaje

Servicio Público de Turismo

46. 21. ¿Cómo considera el servicio de información turística que posee la Secretaría de Turismo? *

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Buena
 Buena
 Regular
 Mala

47. **21A. ¿Hacen falta más puestos de información turística? ***

* Si su respuesta fue negativa, pase directamente a la pregunta 21C.
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No*

49. **21C. ¿Conoce el calendario oficial de actividades culturales, deportivas y turísticas, que se redacta desde la Secretaría de Turismo? ***

* Si su respuesta fue negativa, pase directamente a la pregunta 22.
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No*

50. **21D. ¿Cómo lo calificaría?**

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Bueno
 Bueno
 Regular
 Malo

51. **22. ¿Conoce la folletería turística elaborada por la Secretaría de Turismo y Empatur? ***

* Si su respuesta fue negativa, pase directamente a la pregunta 22B.
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No*

52. **22A. ¿Cómo calificaría la folletería turística existente de Paraná?**

Marca solo un óvalo.

- Excelente
 Muy Buena
 Buena
 Regular
 Mala

53. **22B. ¿Sugiere folletería específica en alguno de los siguientes aspectos? ***

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Institucional - Descripción Paraná
 Atractivos
 Guía de servicios
 Plano de la ciudad
 Atractivos cerca de Paraná
 Folletería en Inglés
 Folletería en Portugués

Promoción

54. **23. Si conoce la promoción que realiza Paraná para atraer turistas, califíquela en los siguientes segmentos:**

Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Redes Sociales	<input type="radio"/>				
Publicidad en Internet	<input type="radio"/>				
Web Institucional	<input type="radio"/>				
Televisión Local	<input type="radio"/>				
Televisión Nacional	<input type="radio"/>				
Radios Locales	<input type="radio"/>				
Radios Nacionales	<input type="radio"/>				
Diarios y revistas locales	<input type="radio"/>				
Diarios y revistas nacionales	<input type="radio"/>				
Estática y pantallas led locales	<input type="radio"/>				
Estática y pantallas led nacionales	<input type="radio"/>				
Giras promocionales, informantes y promotoras	<input type="radio"/>				

55. **23A. Marque por lo menos 3 modalidades que considere con mayor importancia para la promoción turística de Paraná (Máximo 3) ***
Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Redes Sociales
- Publicidad Internet
- Web Institucional
- Televisión local
- Televisión nacional
- Radios locales
- Radios nacionales
- Diarios y revistas locales
- Diarios y revistas nacionales

56. **24. ¿Considera que Paraná es una ciudad accesible para personas con algún grado de dificultad motriz o sensorial? ***
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Espacios Públicos y Áreas Verdes

57. **25. ¿Cuáles son los espacios acordes para el turismo hoy en Paraná? ***
Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Parque Urquiza y Costanera
- Parque Gazzano
- Toma Vieja
- Puerto Viejo
- Parque Nuevo "Humberto Cayetano Varisco"
- Zona Oeste – Anacleto Medina
- Bajada Grande
- Acceso al Túnel
- Thompson – Puerto Sánchez
- Acceso Norte
- Zona de Islas

58. **25A. ¿Cuáles son los espacios POTENCIALES? ***
Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Parque Urquiza y Costanera
- Parque Gazzano
- Toma Vieja
- Puerto Viejo
- Parque Nuevo "Humberto Cayetano Varisco"
- Zona Oeste – Anacleto Medina
- Bajada Grande
- Acceso al Túnel
- Thompson – Puerto Sánchez
- Acceso Norte
- Zona de Islas
- Área ex-hipódromo
- Área estación de trenes
- Circunvalación al este
- Centro cívico y comercial
- Puerto Nuevo
- Camino Costero
- Zona Sur - Paracao

59. **26. ¿Cómo calificaría la limpieza en la ciudad y el mantenimiento de áreas verdes? ***
Marca solo un óvalo por fila.

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Limpieza de la ciudad	<input type="radio"/>				
Mantenimiento de Áreas Verdes	<input type="radio"/>				

Proyectos Turísticos

60. **27. ¿Conoce algún proyecto* que se esté gestando o ejecutando en la ciudad, que contribuya al turismo local? ***

* Mencionamos proyectos en diferentes fases de desarrollo, propuestos por distintas áreas municipales, provinciales, instituciones y sector privado.
Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

61. 28. De los proyectos que se nombran a continuación, marque 5 que considere óptimos para el desarrollo turístico de la ciudad (Máximo 5) *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Puerto Nuevo – Readecuación Espacio público
- City Tour Bus Turístico
- Ex Hipódromo – Refacción Sede Original Jockey Club
- Ex Hipódromo – Paseo Urbano
- Museo Hotel de Inmigrantes – Predio Ejército
- Toma Vieja – Parque Temático Acuático
- Parque H. Varisco – Planetario Ciudad de Paraná
- Parque H. Varisco – Ecoparque y Bicisendas
- Estación de Trenes – Paseo Cultural Adoquines
- Balneario Thompson – Revitalización zona de Juegos
- Balneario Thompson – Playa accesible
- Balneario Thompson - Circuito de Canopy
- Capilla San Miguel – Refuncionalización
- Estaciones Fluviales – Elemento Dinámico
- Estaciones de Cicloturismo – Elemento Dinámico
- Paseo del Mate – Lugar a definir
- Anfiteatro Santangelo – Remodelación
- Mercado del Río – Puerto Nuevo
- Islote Curupí – Proyecto Turístico – Cultural
- Costanera Nueva – Refacción
- Paseo Peatonal - Cortada Venezuela
- Proyecto Amarras – Puerto Nuevo
- Plaza Le Petit Pisan y Baños en Costanera
- Ex Fábrica Portland – Revalorización y Predio Ferial
- Balneario Parque Municipal – Remodelación
- Estadio Polifuncional - Lugar a definir
- Juan L. Ortiz - Centro Cultural y Gastronómico

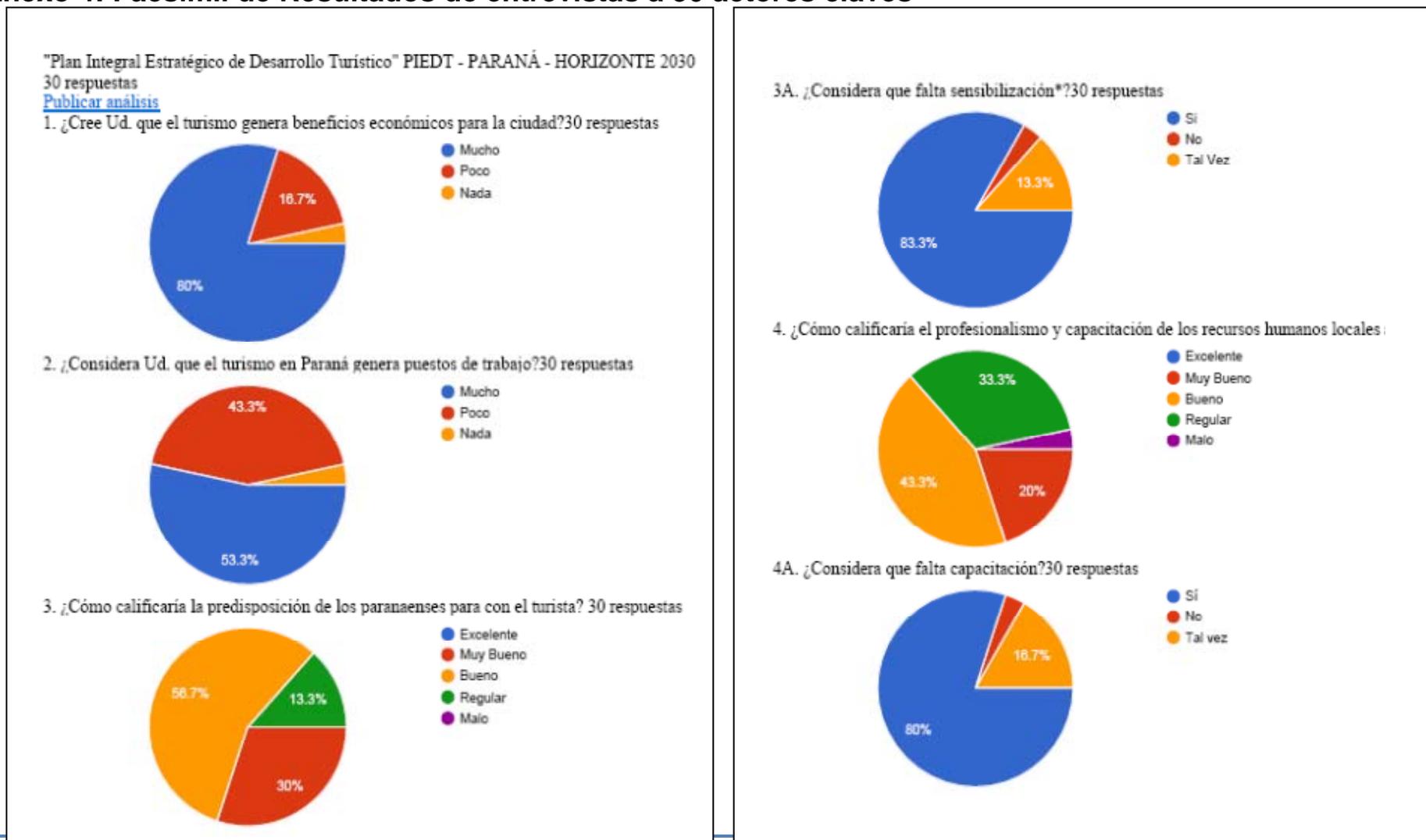
62.

29. ¿Considera Ud. que Paraná es una ciudad turística? *

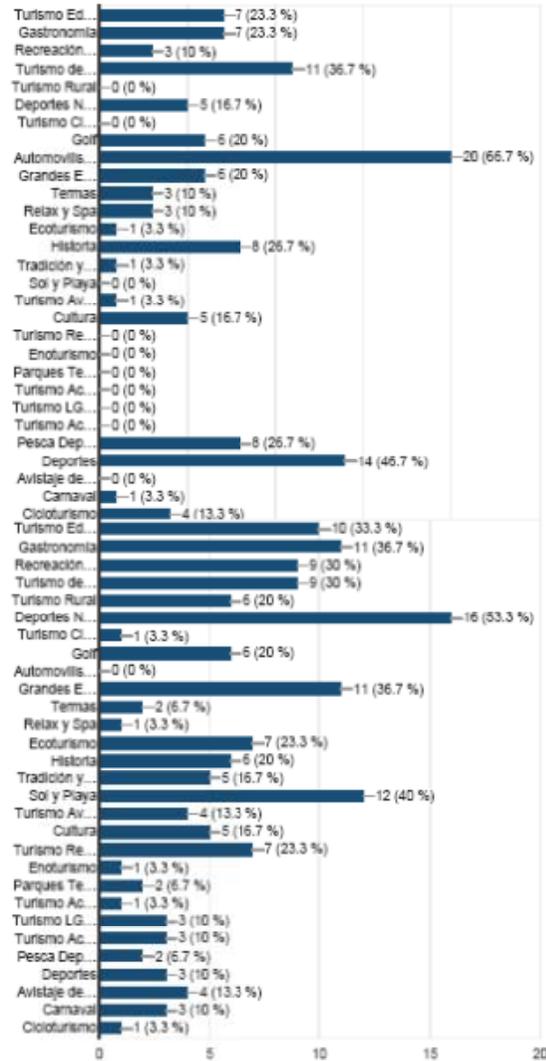
Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez

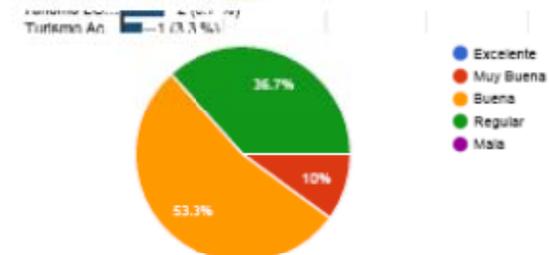
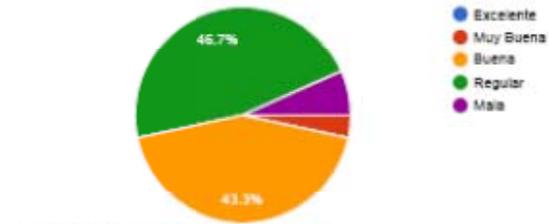
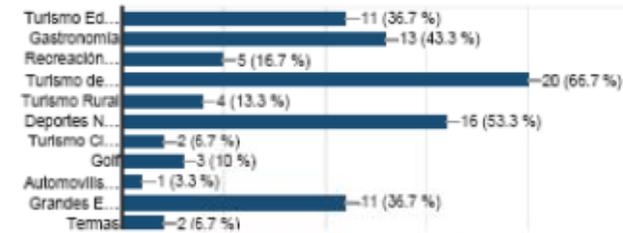
Anexo 4: Facsímil de Resultados de entrevistas a 30 actores claves



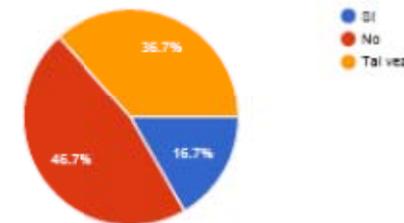
5. Marque los productos turísticos* que Ud. considere que están BIEN DESARROLLADOS en Paraná (Máximo 5)



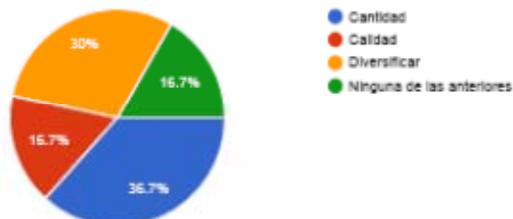
7. Marque los productos turísticos* que Ud. considere que son POTENCIALES para Paraná (Máximo 5)



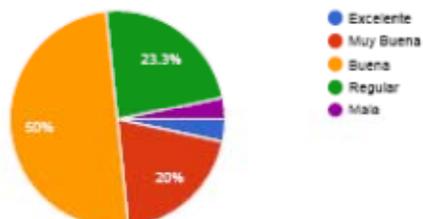
9A. ¿Considera que las plazas hoteleras disponibles son suficientes? 30 respuestas



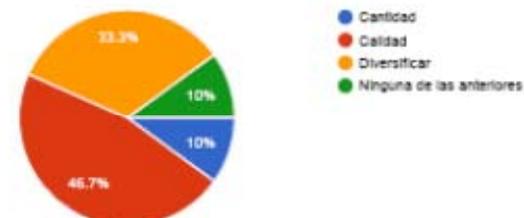
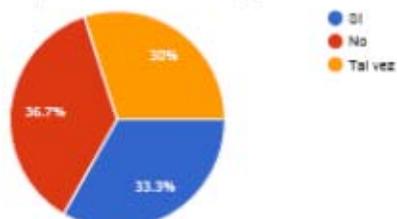
9B. En cuanto a la hotelería, ¿hace falta mayor cantidad, mejor calidad o mayor diversificación*? 30 respuestas



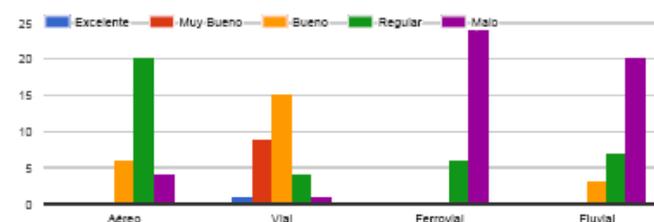
10. ¿Cómo considera la oferta gastronómica de la ciudad? 30 respuestas



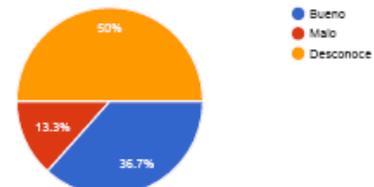
10A. ¿Considera que Paraná tiene una oferta gastronómica con identidad propia* que la represente y diferencie? 30 respuestas



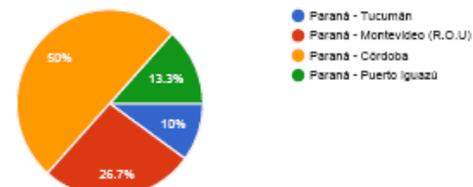
10B. En cuanto a la gastronomía, ¿hace falta mayor cantidad, mejor calidad o mayor diversificación*? 30 respuestas



11A. ¿Conoce las gestiones para ampliar los vuelos regulares a Paraná? Como lo calificaría? 30 respuestas

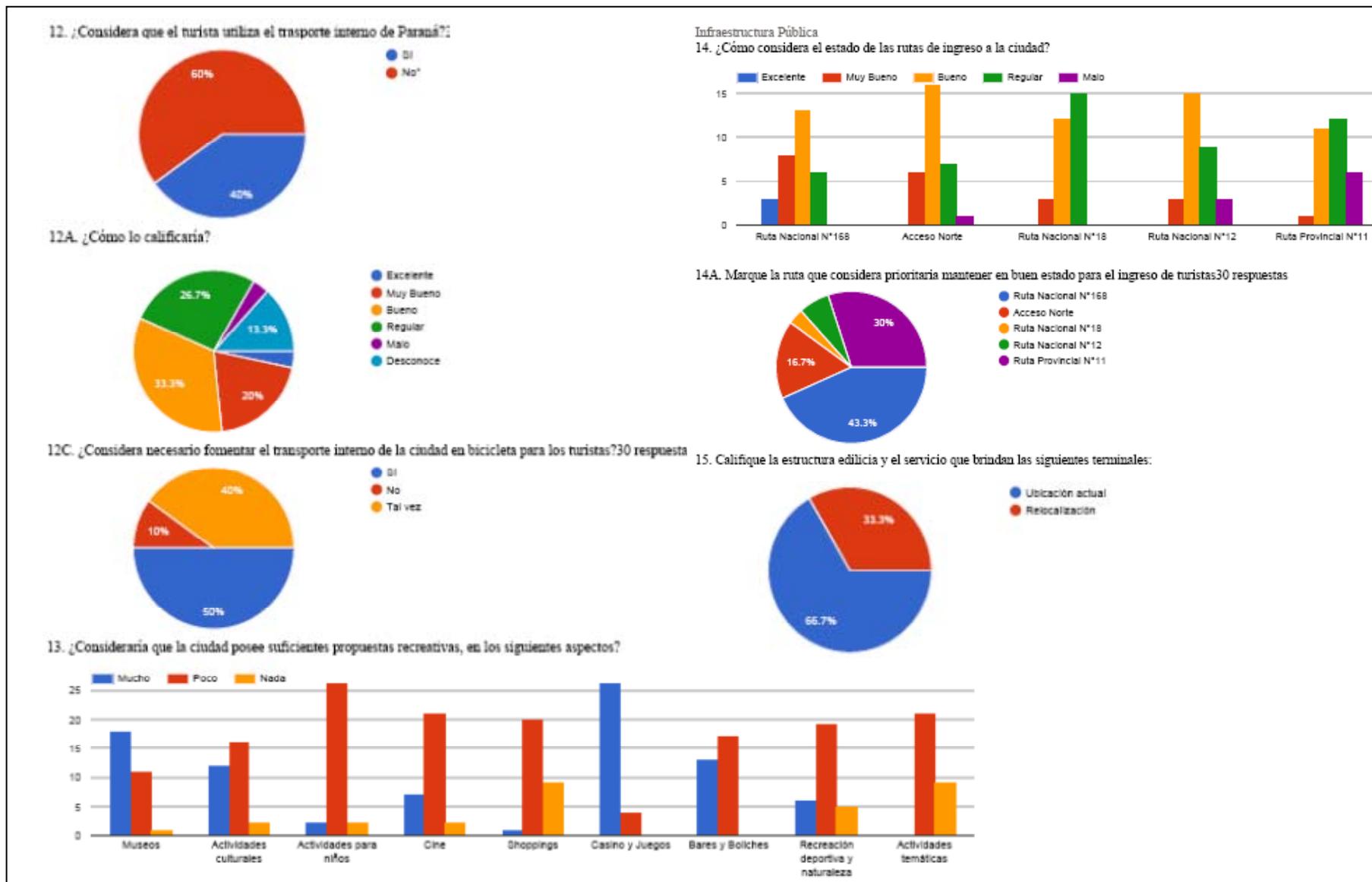


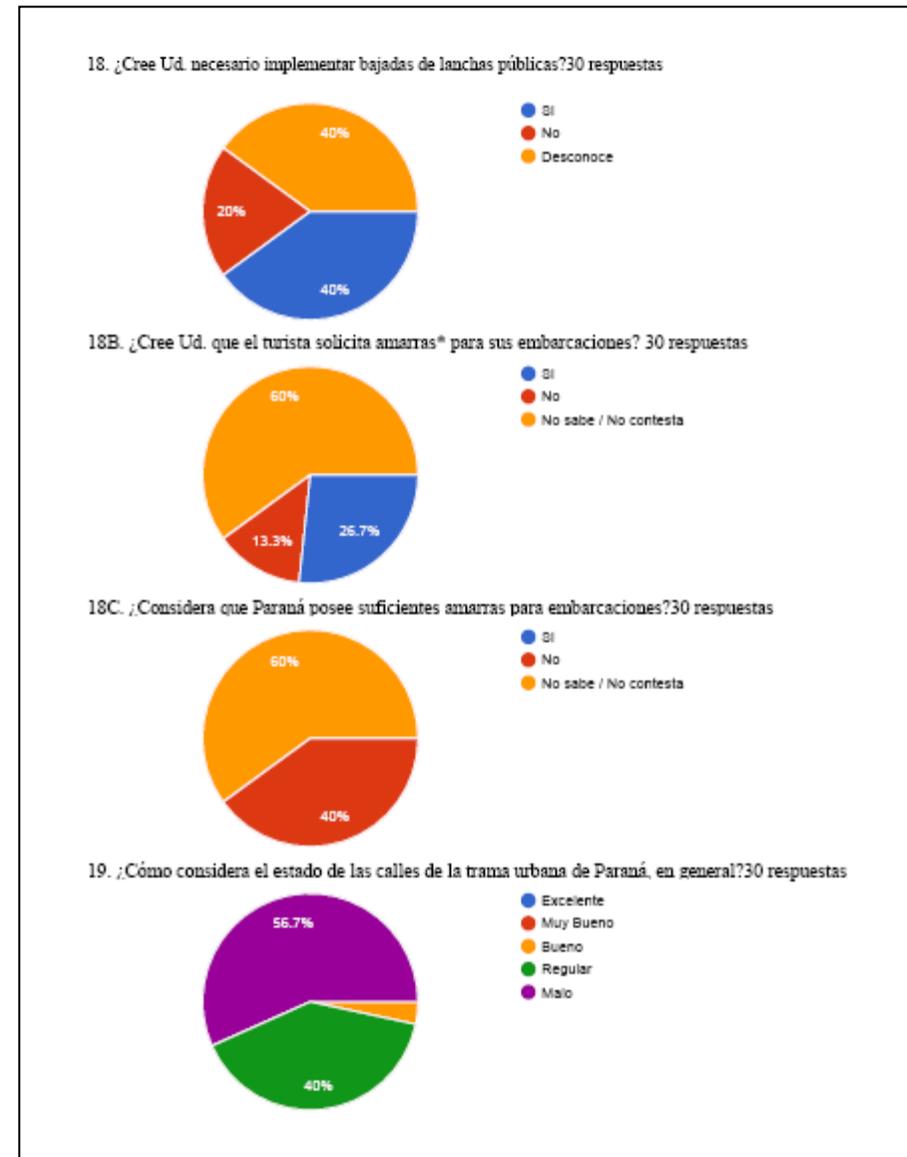
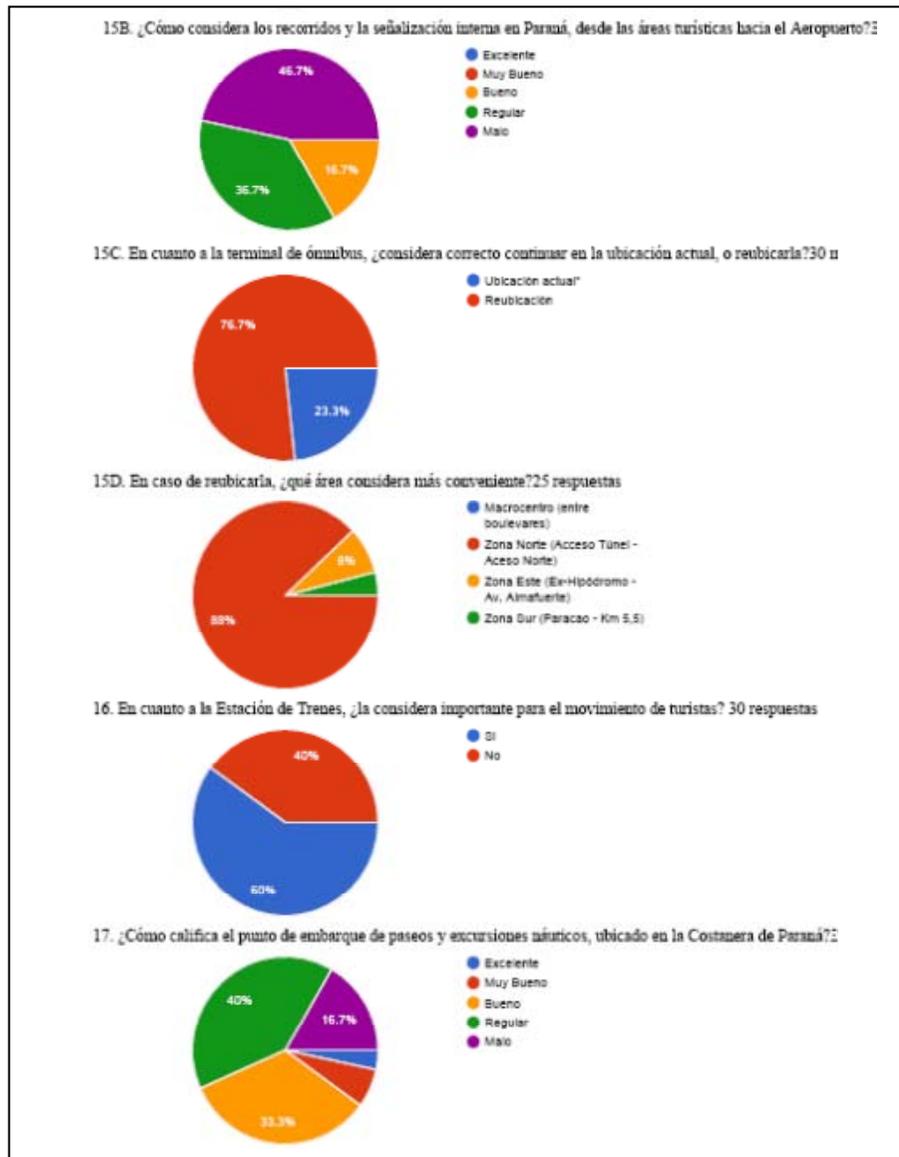
11B. Entre las gestiones de vuelo, se encuentran las siguientes rutas aéreas. Priorice la que considere que incrementará el turismo

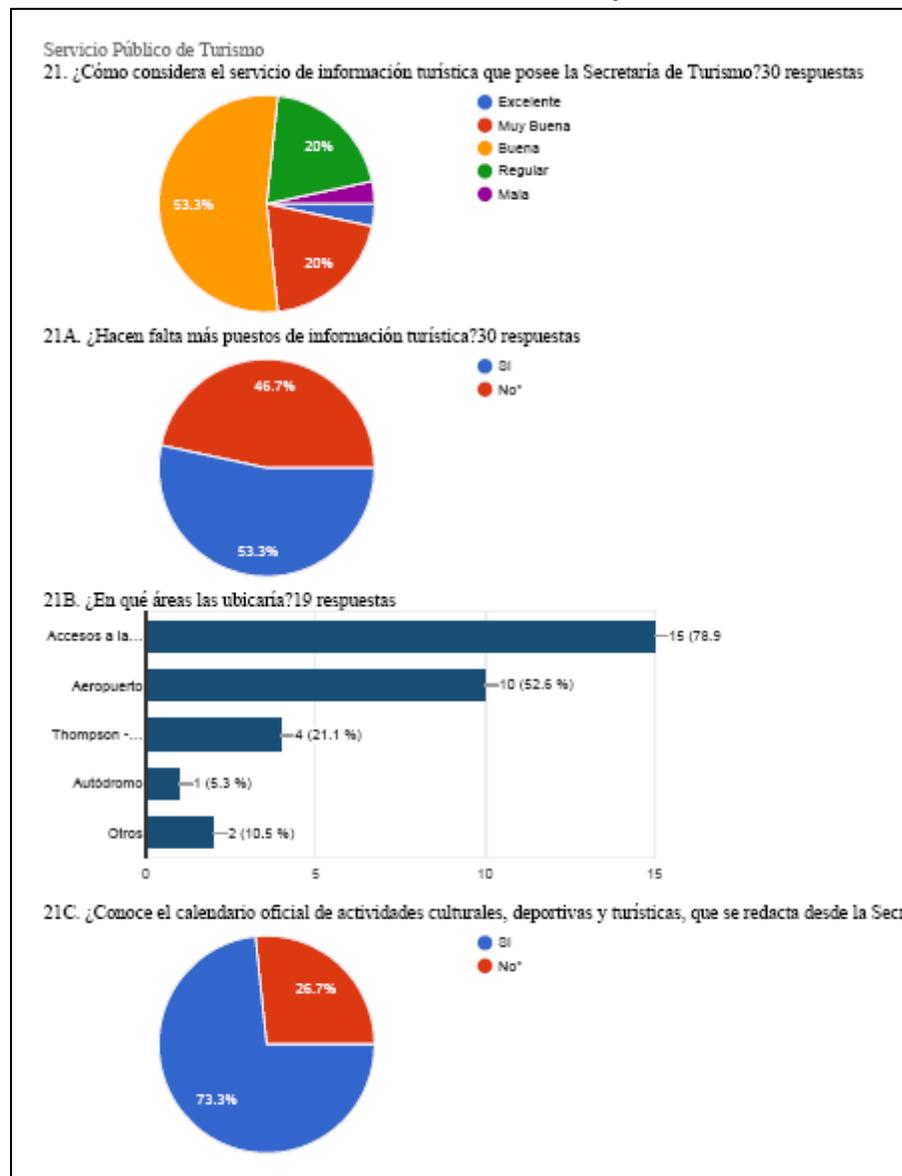
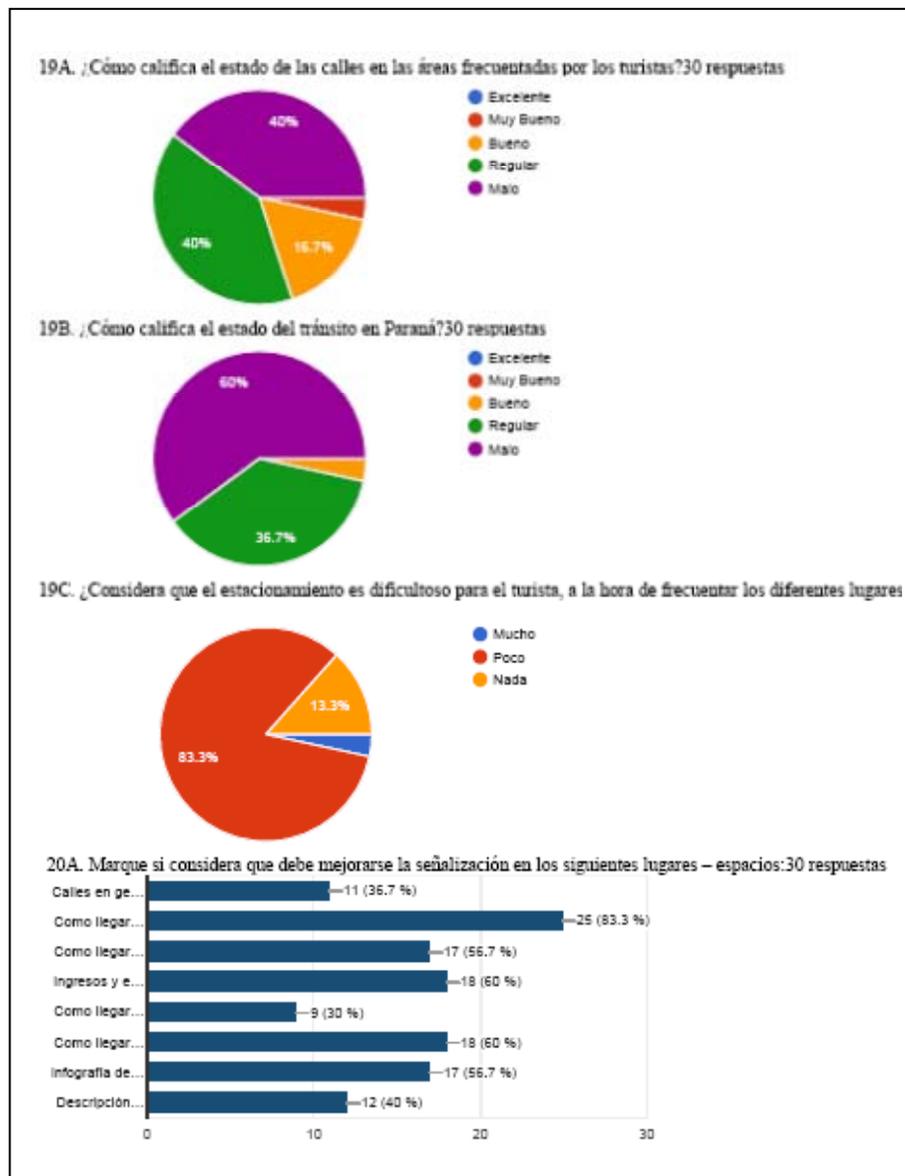


11C. Priorice una de las siguientes opciones, que Ud. considere que beneficiaría la llegada de turistas, en cuanto a conexiones de transporte: 30 respuestas

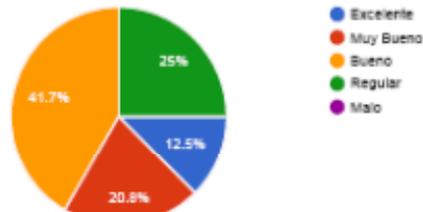




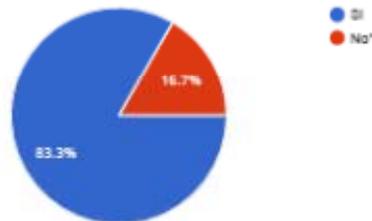




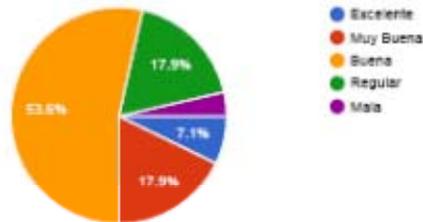
21D. ¿Cómo lo calificaría? 24 respuestas



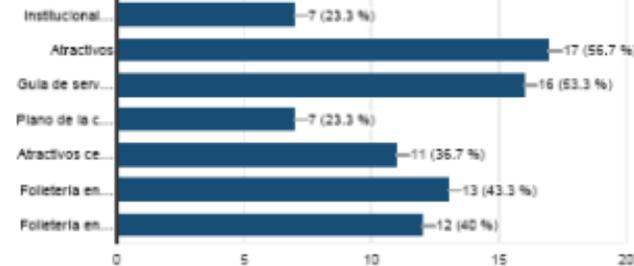
22. ¿Conoce la folletería turística elaborada por la Secretaría de Turismo y Empa...?



21A. ¿Cómo calificaría la folletería turística existente de Paraná? 28 respuestas

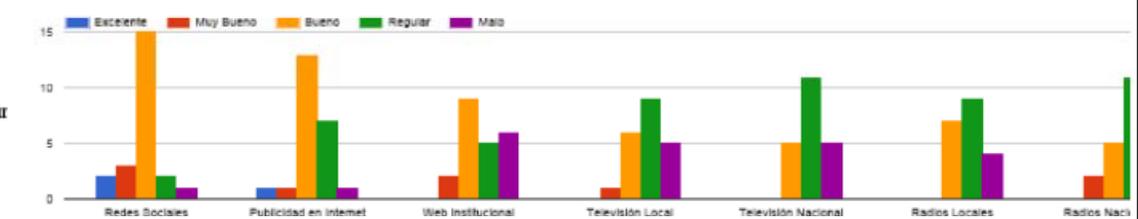


22B. ¿Sugiere folletería específica en alguno de los siguientes aspectos? 30 respuestas

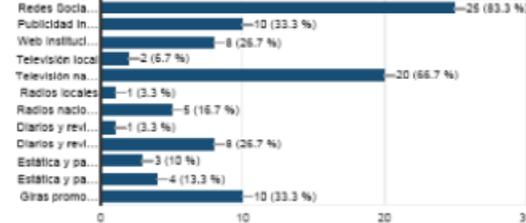


Promoción

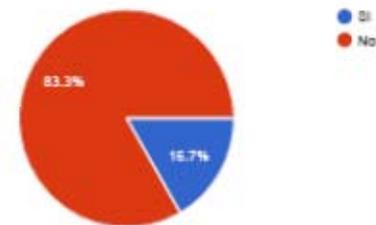
23. Si conoce la promoción que realiza Paraná para atraer turistas, califiquela en los siguientes segmentos:



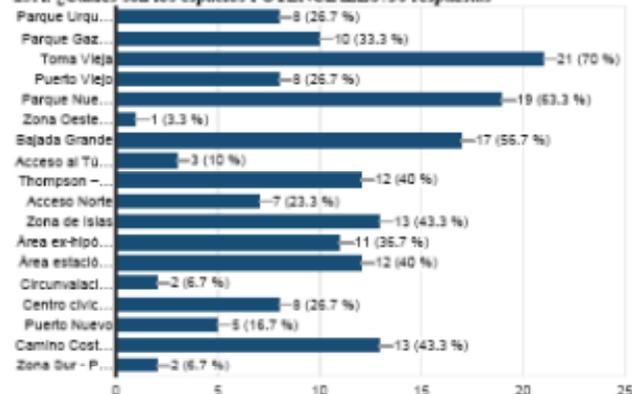
23A. Marque por lo menos 3 modalidades que considere con mayor importancia para la promoción turística de Paraná (Máximo 3) 30 respuestas



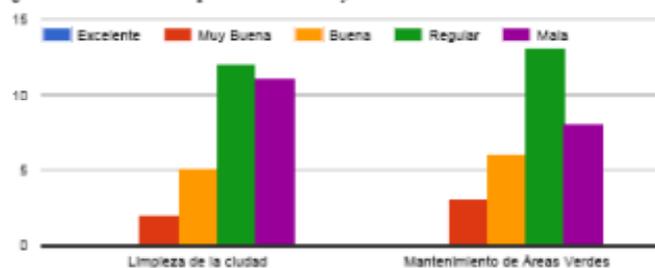
24. ¿Considera que Paraná es una ciudad accesible para personas con algún grado de dificultad motriz o sensorial? 30 respuestas



25A. ¿Cuáles son los espacios POTENCIALES? 730 respuestas

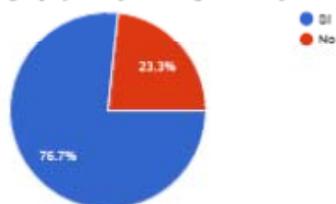


26. ¿Cómo calificaría la limpieza en la ciudad y el mantenimiento de áreas verdes?

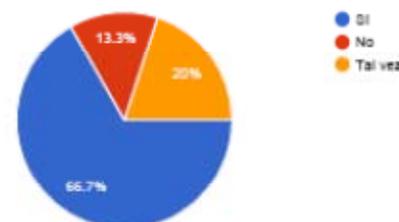
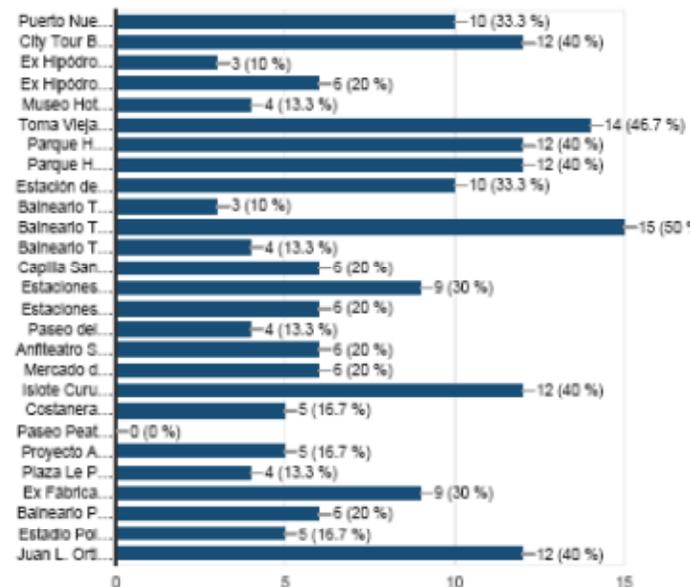


Proyectos Turísticos

27. ¿Conoce algún proyecto* que se esté gestando o ejecutando en la ciudad, que contribuya al turismo local? 30 respuestas



28. De los proyectos que se nombran a continuación, marque 5 que considere óptimos para el desarrollo turístico de la ciudad (Máximo 5)



Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Condiciones adicionales](#)

[Google](#) [Formularios](#)

Anexo 5: Tabla de Actores Entrevistados en Setiembre 2017

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Actividad
18/09/2017 16:08	alerichardet@hotmail.com	Funcionario-EMTUR
19/09/2017 9:21	angelaroelsanchez@hotmail.com	profesional
19/09/2017 9:35	paranahostel@hotmail.com	hotelero
19/09/2017 10:30	capria20@hotmail.com	agente de viajes
19/09/2017 11:16	panchomorresi@hotmail.com	hotelero
19/09/2017 12:09	gabrielterenzio@hotmail.com	agente de viajes
19/09/2017 13:00	lilayanez@hotelesparana.com.ar	hotelero
19/09/2017 14:47	altasbarrancas@hotmail.com	agente de viajes-EMTUR
19/09/2017 19:32	betojozami@hotmail.com	Académico -UADER
20/09/2017 11:29	carlos@costanera241.tur.ar	agente de viajes
20/09/2017 12:00	smele@nicassia.com.ar	Gastronómico-EMTUR
20/09/2017 13:20	mariana.melhem@gmail.com	profesional
20/09/2017 15:15	silvanapagani@live.com.ar	comerciante
20/09/2017 18:53	rocasparana@gmail.com	agente de viajes
21/09/2017 12:07	arieluader@hotmail.com	Académico-UADER
21/09/2017 12:19	yyaakkoo@hotmail.com	comerciante
21/09/2017 16:19	esegovia@hjmayorazgo.com.ar	hotelero
21/09/2017 17:48	mrojas@hjmayorazgo.com.ar	Hotelero-EMTUR
22/09/2017 8:49	franciscoscutella@hotmail.com	comerciante
22/09/2017 20:59	carina_caminos@yahoo.com	Funcionario-EMTUR
25/09/2017 11:27	estudiovm@hotmail.com	Comunicadores
25/09/2017 11:45	martinsobrero2@hotmail.com	gastronómico
25/09/2017 12:31	arauroz@hotmail.com	comerciante
25/09/2017 15:50	vilmadechanzi@hotmail.com	Académico-ISUR
25/09/2017 18:10	contacto@hotelesparana.com.ar	hotelero
26/09/2017 10:47	emanuelpages@gmail.com	gastronómico
27/09/2017 12:36	marketing@maran.com.ar	hotelero
27/09/2017 12:42	dir.susanavieiro@gmail.com	Funcionario
27/09/2017 13:29	lorenijau@gmail.com	Funcionario
28/09/2017 14:22	luciojcabrera@gmail.com	Comunicador
16/02/2018 12:14	strei2@hotmail.com	Profesional

Anexo 6: Entrevistas de Validación Empresaria, Técnico Académica y Política

Foto 1: Sector Empresario (SE). Dn. Marcelo Barzuglia, Pte de la asociación de empresarios Hoteleros y Gastronómico de Paraná por dos periodos, y actualmente representante de la región Litoral en la comisión directiva de FEHGRA en el ámbito nacional.



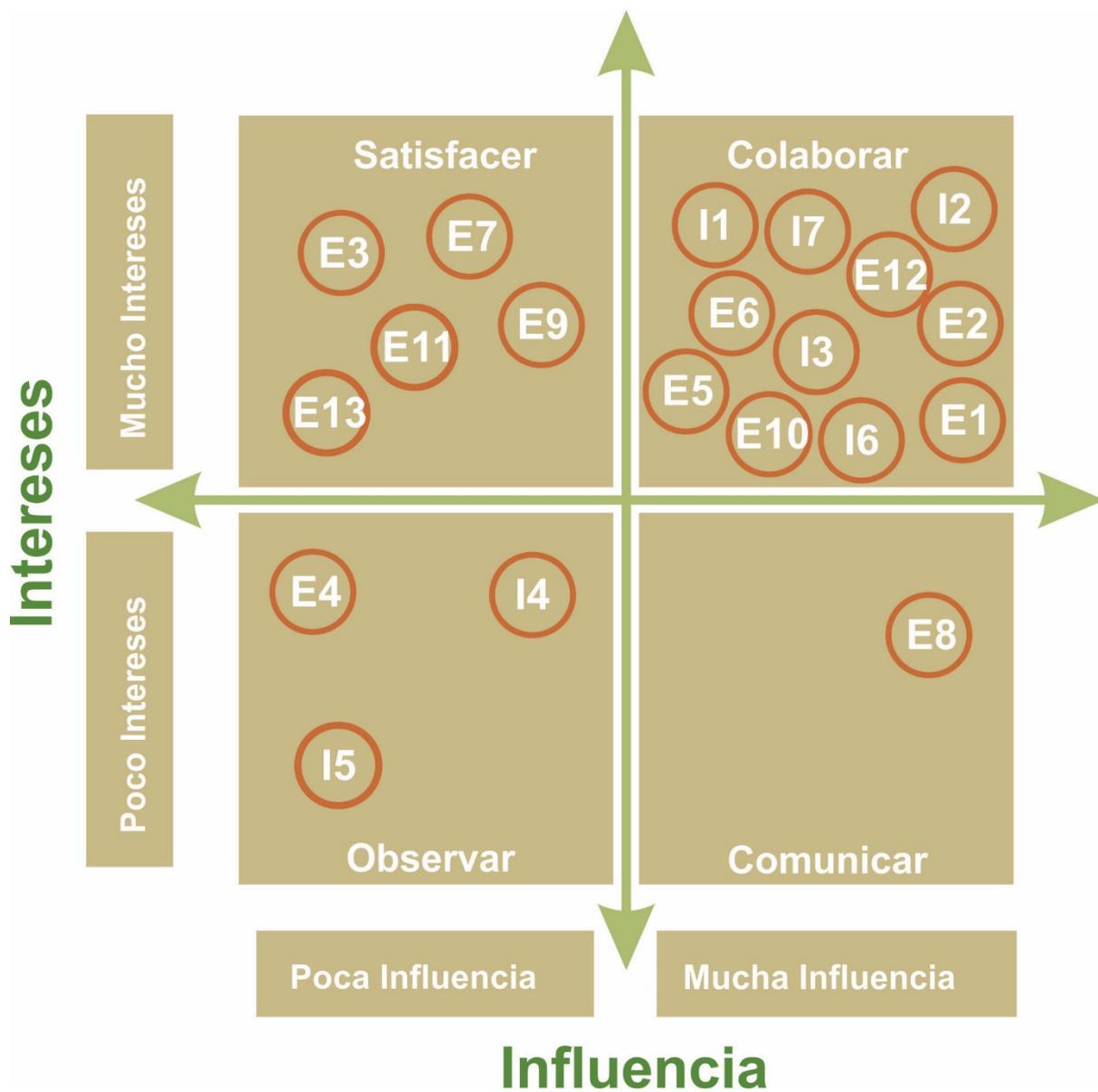
Foto 2: Sector Técnico-Académico (STA). Prof. Pablo Donadío, jefe del Departamento de Investigación de la facultad de Ciencias de la Gestión de la UADER, que involucra las carreras de Licenciatura en Turismo, Hotelería y Gastronomía. Además es docente de planificación turística del Instituto Sol de Turismo; investigador y ponente en eventos vinculados con el sector.



Foto 3: Sector Político (SP). Ctdor. Adán Humberto Bahl, actual Vicegobernador de la Provincia de Entre Ríos, Paranaense y precandidato a Intendente de la ciudad de Paraná para los comicios del próximo año.



Anexo 7: Mapeo de Involucrados



Anexo 8: Situación de Crisis y Medidas tentativas⁵⁶

La ciudad de Paraná se encuentra a la vera del Río Paraná, río muy caudaloso que comienza en la zona del Mato Grosso, Brasil, y culmina en el Río de la Plata. Sobre la zona de barrancas a unos 30 mts de altura del río se emplaza la ciudad, que balconea sobre el río y donde desarrolla gran parte de su actividad. En la unión entre la barranca y el río se desarrolla una costanera de 3km aproximadamente. Esta vincula todas las actividades que tienen al agua como elemento prioritario: el puerto (de más de 100 años) y donde se despliegan actividades sociales, mercado artesanal y ferias; 5 clubes con acceso libre a sus playas; el pueblo de Pescadores Puerto Sánchez (muy característico y de fuerte identidad cultural); el parque Thompson que congrega un circuito para patín o bicicleta, zona de camping y enormes playas de arena; y el parque Justo J. Urquiza que es el emblema y postal de la ciudad. Este último funciona como fuelle, y amalgama el borde de la barranca entre la ciudad, la costanera y el río, una de las imágenes más características de la ciudad.

Cada 4 o 5 años se dan crecientes que exceden, cada vez con más regularidad, la media del ciclo anterior, y cada 10 a 12 años se da, de manera cíclica, una creciente extraordinaria en la que el río alcanza el borde de la costanera dejando bajo agua toda la zona de playas y clubes. El río crece 3,5 mts de altura y el proceso, hasta alcanzar el pico de creciente y su vuelta a la normalidad, es de 2 meses. Generalmente esta creciente se da desde noviembre a enero (últimos meses de la primavera y primeros meses del verano, por las intensas lluvias en el sur de Brasil) y tiene un fuerte impacto nacional, ya que todos los medios nacionales y regionales se hacen eco de la información. Las organizaciones no gubernamentales sociales se hacen fuertes, dado el impacto social negativo que estas también generan, y hacen pedidos de alimento no perecedero, ropa y materiales de construcción para los ribereños alcanzados por la inundación.

⁵⁶ UCI. Estudio de caso. Curso 5: Planificación del Turismo. "Gestión de Crisis y Conflictos en destino turístico". Adrián Stur. 2016

Esto ocurre con todas las ciudades que se encuentran a la vera del río, muchas de ellas en zonas de planicie, lo que agrava la situación y son las imágenes que prevalecen en los medios televisivos y gráficos.

La realidad turística de la ciudad, es que esta situación solo afecta a la actividad vinculada con la playa, algunas áreas naturales bajas e islas poco desarrolladas, que si bien es importante por la temporada estival, no es el producto fuerte, que está más vinculado a la cultura y disfrute de los espacios naturales dotados de infraestructura de servicio (Parques y espacios públicos, todos en zonas altas), museos y circuitos históricos culturales que se desarrollan en la ciudad; Espectáculos y eventos. Circuitos y safaris fotográficos en el río.

El 100% de la infraestructura de alojamiento, gastronomía, eventos, espectáculos, ferias están en óptimas condiciones. Los clubes y playas son los más afectados. Las actividades acuáticas como circuitos (catamaranes) y, sobre todo, safaris fotográficos (gomones y baqueanos) brindan la posibilidad de una imagen diferente con el ingreso a las islas por los riachos, ahora con más caudal, para descubrir la flora y fauna del corazón isleño que de otro forma sería imposible.

El impacto mediático hace que la actividad baje más del 70% y con una costosa recuperación del mercado posterior en lo que resta de la temporada. (febrero, marzo y abril). La lentitud para la puesta en valor de la infraestructura ribereña y la falta de comunicación impactan significativamente en la recuperación de la actividad. Cada ciclo de la creciente significa que la temporada estival está perdida con un fuerte impacto para la actividad turística.

Cuadro de Implementación de medidas posibles

Acciones tentativas ante la inminente crisis y conflictos que genera las inundaciones. La conformación de un comité de crisis permite anticipar los problemas e impactos negativos, hacer positiva la comunicación de los hechos minimizando el impacto social ribereño y fortaleciendo la confianza en los turistas.

INUNDACIONES EXTRAORDINARIAS (Cada 10 a 12 años). Seguimiento de inundaciones ordinarias cada 4 o 5 años.

Antes de la Crisis	Durante la Crisis (Aprovechar lo positivo de la crisis)	Después de la Crisis (Fortalecer la confianza con el turista)
<p>Definir una Estrategia de Comunicación</p> <p>La Autoridad Política deberá desarrollar encuentros de capacitación en manejo de crisis para funcionarios y actores estratégicos. El objetivo será elaborar un Plan de Crisis para lograr un trabajo coordinado y ser efectivos en las acciones.</p> <p>La Secretaría de Turismo deberá conformar el Comité de Crisis sectorial con participación de todos los actores estratégicos del turismo. En este caso el Ente Mixto de Turismo.</p> <p>El Comité de Crisis sectorial definirá las líneas estratégicas más conveniente para evitar los impactos negativos y sostener la actividad en el destino, así como minimizar los efectos de impacto social sobre la población ribereña.</p>	<p>Ser rápido, confiable y efectivo en las comunicaciones</p> <p>La Direcciones de Planificación y de Prensa y Difusión Municipal, tienen la responsabilidad de poner en práctica las estrategias de promoción establecidas en el Plan de gestión de crisis y las propuestas del el Ente Mixto de Turismo.</p> <p>El Vocero en forma conjunta con la Dirección de Prensa debe brindar la información correcta y unificada en tiempo y forma por los canales habituales de gacetillas de prensa y los propios de internet. Será vital conformar un canal de comunicación efectivo en la transmisión de la información interna y externa de la situación. Mostrar el estado real tanto de la inundación como de las posibilidades del disfrute de los productos</p>	<p>El fin y la pronta recuperación</p> <p>Las Direcciones de Planificación, de Informes y de Prensa deben continuar resaltando los impactos positivos en el destino y la superación de la situación.</p> <p>El Vocero deberá dar a conocer los planes de recuperación de la infraestructura afectada (evaluada, coordinada y definida con la autoridad política en el Comité de Crisis y las distintas áreas gubernamentales) y los tiempos relativos en que se encontraran en condiciones. Destacando las obras de recuperación por orden de prioridades, desde las que más afectan al movimiento turístico hasta las que menos afectan.</p> <p>Del mismo modo se destacaran las acciones</p>

La Secretaría debe ser parte del Comité de Crisis municipal encabezado por el Intendente, aportando las alternativas del sector a la integralidad del problema.

El Secretario de Turismo será el Vocero frente a los medios, ya que es uno de los sectores más afectados y la autoridad política máxima del sector.

El área de prensa tendrá la responsabilidad de la comunicación y todos dirigirán al Director de Prensa las consultas que realicen los distintos medios de comunicación, sobre la crisis.

La Dirección de Planificación y la de Informes deberán habilitar vías de comunicación para evacuar dudas al turista con atención directa y respuestas rápidas y concretas.

turísticos.

La información involucrará las acciones que se realizan en la mejora de la situación de la población ribereña y otros afectados por el evento, con el fin de evitar acciones desprendidas de las estrategias definidas.

El sector privado solo informará mediante sus propios canales de comunicación con el turista, aquella información que fuera emanada del Ente Mixto de Turismo o de comunicados oficiales.

La Dirección de Informes de la Secretaría de Turismo incorporará la información real de las posibilidades del destino y las alternativas y opciones que se han sumado a la oferta, en las vías habilitadas para informar a los turistas (página web, líneas telefónicas, mails, etc.).

El Ente Mixto de Turismo y la Dirección de Planificación tendrán bajo su responsabilidad realizar evaluaciones permanentes de los resultados de la promoción y del estado de los productos turísticos. El vocero deberá brindar esa información con el objetivo de dar certeza y confianza a los futuros turistas.

realizadas tendientes a mejorar la calidad de vida de los residentes afectados y los impactos positivos que han tenido las acciones sobre la población ribereña

	<p>La Dirección de Prensa debe estar atenta a las informaciones engañosas o falsas que pudieran surgir, para que sean aclaradas conforme a las estrategias de comunicación previstas. Ya sea comunicados de prensa o por el Vocero oficial.</p> <p>La Dirección de Planificación Municipal tendrá la responsabilidad de medir y transmitir el nivel de satisfacción de los turistas al Comité de Crisis.</p>	
<p>Repensar la Planificación de la Promoción</p> <p>Es necesaria la participación activa del Ente Mixto de Turismo en:</p> <p>Identificar todos los recursos turísticos que forman parte de la oferta y definir su comportamiento frente a la situación venidera.</p> <p>Elaborar el contenido de los mensajes sobre las posibilidades del disfrute de los distintos productos, teniendo en cuenta el alcance real de la crisis en la actividad. Estos contenidos son para el área de comunicación.</p> <p>Planificar nuevos circuitos urbanos y fluviales que reemplacen a los tradicionales, temporalmente imposibilitados de ser realizados, subsidiando de ser</p>	<p>Una Promoción Estratégica y Flexible</p> <p>La Dirección de Planificación a través de las mediciones permanente de los niveles de satisfacción, incorporará también la medición de los niveles de sensación de seguridad y canales de información por los que conoció la oferta el turista. Esto nos permitirá evaluar las estrategias de comunicación y de seguridad.</p> <p>Según los resultados de las mediciones se podría incrementar la promoción y difusión del destino con el Fondo Municipal de Turismo, ya aprobado y autorizado previamente, si esto fuera necesario.</p> <p>La Dirección de Prensa conjuntamente con la Dirección de Planificación y la de Informes,</p>	<p>Evaluación de la crisis y el rescate de las alternativas aplicadas</p> <p>La Secretaría de Turismo deberá realizar un balance conjuntamente con el Ente Mixto de Turismo destacando los nuevos productos puestos a disposición de los visitantes y una evaluación de la aceptación y aprovechamiento de los mismos. Del mismo modo la evaluación de las estrategias comerciales en los mercados trabajados y el potencial para su profundización o definición de productos específicos.</p> <p>La Secretaría de Turismo con el Ente Mixto de Turismo y la Dirección de Planificación deben poner en marcha una estrategia de</p>

<p>necesario a sus operadores.</p> <p>Planificar alternativas de disfrute del agua en épocas estivales, mediante el acceso al uso de las piletas de clubes y zonas altas, y a través de convenios entre el sector de alojamiento e instituciones locales, siendo el Ente el coordinador y responsable de su concreción.</p> <p>La Autoridad Política y el Concejo Deliberante deberán destinar una partida especial del Fondo de Promoción de la Comunidad y del Turismo (otorgar un % mayor de la recaudación original al Fondo Municipal de Turismo para hacer frente a las estrategias definidas. Esta posibilidad de carácter extraordinario, está estipulada en su creación).</p>	<p>realizarán un inventario de los medios de prensa posibles de ser invitados a recorrer el destino y palpar in situ la situación de las prestaciones de los servicios turísticos del destino.</p>	<p>recuperación de los mercados tradicionales más afectados con promociones especiales y precios rebajados.</p>
<p>La seguridad como factor clave en el sostenimiento de la confianza</p> <p>La Secretaría de Turismo deberá:</p> <p>Delinear estrategias de cooperación del Ente Mixto de Turismo con instituciones de la comunidad, con el objetivo de garantizar la continuidad de las prestaciones de servicios o sus opciones.</p> <p>Establecer estrategias de cooperación con las áreas de Servicios Públicos, Deporte y Cultura a los efectos de</p>	<p>Un conocimiento permanente de la situación</p> <p>El Secretario de Turismo deberá estar en conocimiento permanente de la situación actual del fenómeno y de las previsiones climáticas subsiguientes, ya que esto puede afectar alguno de los servicios. Para ello debe tener un contacto directo con la mesa coordinadora del Comité de Crisis.</p> <p>Los datos obtenidos por la Dirección de Planificación</p>	<p>Sostenimiento de la actividad hasta su recuperación</p> <p>Se podrá disponer de los fondos extras afectados del Fondo Municipal de Turismo para el fomento de las actividades y subsidiar aquellos aspectos relevantes hasta que se normalicen en su totalidad.</p> <p>Se podrá incorporar al sector del turismo, a la Ordenanza N°9375 "Régimen de Promoción</p>

Plan Desarrollo Turístico Sostenible para la Ciudad de Paraná

coordinar las acciones y alternativas de servicios turísticos opcionales.

Definir estrategias con las autoridades de seguridad, tanto urbana como fluvial, para garantizar las actividades acuáticas y los nuevos circuitos urbanos.

Capacitar al personal de Dirección de Información en el manejo de gestión de conflictos con turistas. Con el objetivo de ser mediadores entre los prestadores y los turistas.

Definir con el Ente Mixto de Turismo y la Dirección de Información, estrategias de comunicación para evitar conflictos entre prestadores y turistas.

Establecer convenios de cooperación interna con el Defensor del Pueblo y la Dirección de Defensa del Consumidor para la rápida acción frente a los problemas de turistas que no se hayan resuelto por la mediación.

a través de las encuestas a los turistas le permiten al organismo tener un perfil del visitante, y de la marcha de los servicios turísticos, así como la información que se difunde sobre el destino.

La Dirección de Informes y la de Prensa deben mantener informado al titular del organismo y al Comité de Crisis de la evolución de la información, en los medios periodísticos.

de Actividades Industriales”, que prevé exenciones impositivas y tributarias temporarias, por el periodo que demande la normalización de la actividad y evaluar sostenerla para productos nuevos. Esto permitirá una más rápida recuperación del sector.

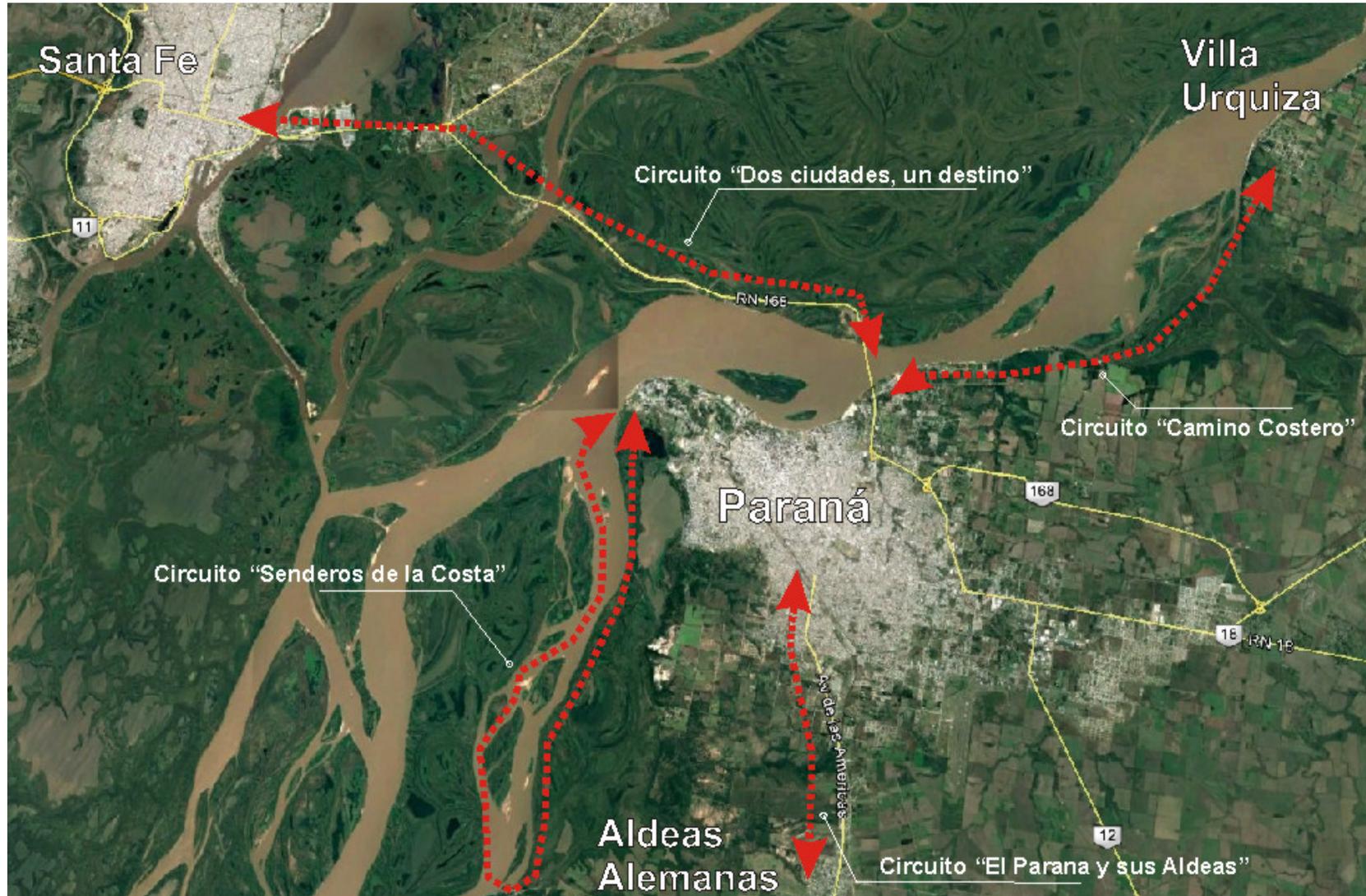
Anexo 9: Planificación Temporal de Proyectos

Línea Estratégica	Programa	Proyecto	T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	
1 Fortalecimiento Institucional y Gestión Participativa	1.1 - Fortalecimiento del rol del sector público turístico.	1.1.1 Comité interinstitucional de facilitación turística									
		1.1.2 Comité municipal de facilitación y acción turística									
		1.1.3 Compromiso por un turismo sostenible									
	1.2 Sensibilización, capacitación e Inclusión social en cada área de desarrollo.	1.2.1 Sensibilización turística									
		1.2.2 Oportunidades sostenibles para la inclusión social									
		1.2.3 Gestión de los grupos de interés									
	1.3 Fortalecimiento de la formación de RRHH	1.3.1 Comité de evaluación de las demandas de RRHH del destino									
	2 Planificación Adaptativa, Infraestructura y servicios sostenibles turísticos	2.1 Reordenamiento urbano y territorial, manejo de sitios atractivos al uso turístico	2.1.1 Normativa para el turismo sostenible								
			2.1.2 Plan de manejo de áreas naturales								
2.2 Inversión en Infraestructura y servicios turísticos sostenibles.		2.2.1 Desarrollo de infraestructura sostenible									
		2.2.2 Mapa de oportunidades de inversión									
		2.2.3 Plan de señalética									
		2.2.4 Plan de accesibilidad turística									
		2.2.5 Desarrollo de soporte de alternativas turísticas inteligentes									
2.3 Adaptación al cambio climático.		2.3.1 Observatorio turístico sostenible									

Anexo 10: Mapa de productos potenciales



Anexo 11: Mapa de circuitos asociativos



Anexo 12: Criterios Globales de Turismo Sostenible.

A. Demostrar una gestión sostenible eficaz.

A.1. La compañía ha instaurado un sistema de gestión de la sostenibilidad en el largo plazo que se adecúa a su realidad y escala, y que considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salubridad y seguridad.

A.2. La entidad cumple con toda la legislación y los reglamentos pertinentes, internacionales o locales (entre ellos, los aspectos laborales, medio ambientales, de salubridad y de seguridad).

A.3. Todo el personal recibe capacitación periódica relacionada con su función en la gestión de las prácticas medioambientales, socioculturales, de salud y de seguridad.

A.4. Se mide la satisfacción de los clientes y se toman las medidas correctivas cuando es apropiado.

A.5. Los materiales promocionales son precisos y completos y no prometen más de lo que la empresa puede brindar.

A.6. El diseño y la construcción de edificios e infraestructura:

A.6.1. cumplen con los requisitos locales de zonificación y de áreas protegidas o de patrimonio;

A.6.2. respetan el patrimonio natural o cultural que se encuentra en los alrededores en la selección del sitio, el diseño, la evaluación de impactos y los derechos y adquisición del terreno;

A.6.3 utilizan principios localmente apropiados de construcción sostenible;

A.6.4 ofrecen acceso a personas que tienen necesidades especiales.

A.7. A los clientes se les brinda información e interpretación sobre los alrededores naturales, la cultura local y el patrimonio cultural, además de explicarles el comportamiento adecuado durante la visita a las áreas naturales, las culturas vivas y

los sitios de patrimonio cultural.

B. Maximizar los beneficios sociales y económicos a la comunidad local y minimizar los impactos negativos.

B.1. La compañía apoya activamente las iniciativas en pro del desarrollo comunitario social y de infraestructura, lo que entre otras cosas incluye educación, salud y saneamiento.

B.2. Se ofrece empleo a los residentes locales, incluso en puestos gerenciales. Se les imparte capacitación cuando sea necesario.

B.3. Donde es posible, la empresa adquiere bienes y servicios locales y de comercio justo.

B.4. La compañía ofrece facilidades a los pequeños empresarios locales para que desarrollen y vendan sus productos sostenibles, basados en la naturaleza, la historia y la cultura propios de la zona (lo que incluye alimentos y bebidas, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.)

B.5. Se ha elaborado un código de conducta para las actividades que tienen lugar en comunidades indígenas y locales, tomando en cuenta con el consentimiento y colaboración de la comunidad.

B.6. La compañía ha implementado políticas contra la explotación comercial, especialmente de niños y adolescentes, incluyendo la explotación sexual.

B.7. La compañía es equitativa al contratar mujeres y minorías locales, incluso para puestos gerenciales, al mismo tiempo que restringe el trabajo infantil.

B.8. Se respeta la protección legal internacional o nacional de los empleados, y ellos reciben un salario que les permite hacer frente al costo de vida.

B.9. Las actividades de la compañía no ponen en peligro la provisión de servicios básicos (tales como agua, energía o saneamiento) a las comunidades vecinas.

C. Maximizar los beneficios para el patrimonio cultural y minimizar los impactos negativos.

C.1. La compañía sigue directrices establecidas o el código de comportamiento para las visitas a sitios que son cultural o históricamente sensibles, con el fin de minimizar el impacto causado por los visitantes y maximizar su disfrute.

C.2. No se venden, negocian o exhiben artefactos históricos y arqueológicos, exceptuando lo permitido por la ley.

C.3. La empresa contribuye con la protección de las propiedades y sitios locales que son históricamente, arqueológicamente, culturalmente o espiritualmente importantes, y no impide el acceso de los residentes locales a ellos.

C.4 El negocio utiliza elementos del arte, la arquitectura o del patrimonio cultural local en sus operaciones, diseño, decoración, alimentos o tiendas; al mismo tiempo que respeta los derechos de propiedad intelectual de las comunidades locales.

D. Maximizar los beneficios para el medio ambiente y minimizar los impactos negativos.

D.1. Conservar los recursos

D.1.1. La política de compras favorece los productos que sean ambientalmente amigables para ser utilizados como insumos de construcción, bienes de capital, alimentos y consumibles.

D.1.2. Se evalúa la compra de artículos descartables y consumibles, y la empresa busca activamente la forma de reducir su uso.

D.1.3. Se debe medir el consumo de energía e indicar las fuentes, además de adoptar medidas para disminuir el consumo total, al mismo tiempo que se fomenta el uso de la energía renovable.

D.1.4. Se debe regular el consumo de agua e indicar las fuentes, además de

adoptar medidas para disminuir el consumo total.

D.2. Reducir la contaminación

D.2.1. La empresa mide las emisiones de gases de efecto invernadero provenientes de todas las fuentes controladas por ella e instaura procedimientos para reducirlas y compensarlas, como forma de alcanzar la neutralidad climática.

D.2.2. Las aguas residuales, incluyendo las aguas grises, son tratadas eficazmente y reutilizadas donde posible.

D.2.3. Se implementa un plan de manejo de desechos sólidos, con metas cuantitativas para minimizar los desechos que no se reutilizan o reciclan.

D.2.4. El uso de sustancias perjudiciales, tales como plaguicidas, pinturas, desinfectantes de piscinas y materiales de limpieza, se minimizan y se reemplazan con productos inocuos, cuando éstos se encuentren disponibles; y todo uso de químicos se maneja correctamente.

D.2.5. La empresa implementa prácticas para reducir la contaminación causado por el ruido, la iluminación, la escorrentía, la erosión, los compuestos que agotan el ozono y los contaminantes del aire y el suelo.

D.3. Conservando la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.

D.3.1. Las especies silvestres se cosechan únicamente del entorno natural; se consumen, exhiben, venden, o comercian internacionalmente, cuando se haga como parte de una actividad regulada que asegure que su utilización sea sostenible.

D.3.2. No se mantienen animales silvestres en cautiverio, excepto para actividades correctamente reguladas; y las muestras vivas de especies silvestres protegidas están únicamente bajo la custodia de personas autorizadas, que cuentan con las facilidades adecuadas para albergarlas y

cuidarlas.

D.3.3. La empresa utiliza especies autóctonas en sus las áreas verdes y en tareas de restauración, y toma medidas para evitar que se introduzcan especies exóticas invasoras.

D.3.4. La empresa ayuda a apoyar la conservación de la biodiversidad, lo que incluye apoyar las áreas naturales protegidas y las zonas que tienen un alto valor de biodiversidad.

D.3.5. Las interacciones con las especies silvestres no deben producir efectos adversos en la viabilidad de las poblaciones en el entorno natural; cualquier perturbación en los ecosistemas es minimizada o rehabilitada, al mismo tiempo que se efectúa una contribución compensatoria a la gestión de la conservación.

Bibliografía

ASOCIACION EMPRESARIA HOTELERA Y GASTRONÓMICA DE PARANA. Sitio web oficial de la institución. 2015. Visitado en: <http://www.aehgparana.org.ar/>

ASOCIACION EMPRESARIA HOTELERA Y GASTRONÓMICA DE PARANA. Sitio oficial en facebook asociaciones adheridas a la institución. 2017. Visto en: <https://www.facebook.com/AEHGP/>

BID, ICES. Paraná Emergente y Sostenible. 2014. 121 Páginas

CEAMSE; INCOCIV. *Cap 2. Aspectos Biofísicos*. 2013. 67 Páginas. Internet: <https://www.entrerios.gov.ar/ambiente/userfiles/files/archivos/Plan%20Girsu/A%20-%20Area%20de%20Estudio/2-%20Aspectos%20Biof%C3%ADsicos/Capitulo%202%20-%20Aspectos%20Biofisicos.pdf>

CEAMSE; INCOCIV. *Cap 4. Aspectos Económicos*. 2013. 66 Páginas. Internet: <http://www.entrerios.gov.ar/ambiente/userfiles/files/archivos/Plan%20Girsu/A%20-%20Area%20de%20Estudio/4-%20Aspectos%20Socioecon%C3%B3micos/4.aspectos%20socioeconomicos.pdf>

CEPAL. *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. ILPES. 2003. Biblioteca UCI. 115 páginas.

ENERSA. Programa “Mi ciudad LED”. 2017. Artículo en línea. Visto en: http://www.enersa.com.ar/sitio/index.php?codigo=9&cod=186&codtiponoticia=1¬icia=ver_noticia&modulo=noticia

ENTE MIXTO DE TURISMO DE PARANÁ. Encuesta de opinión a referentes del sector turístico. 2017. Documento en línea. https://docs.google.com/forms/d/1ZPaEJqj0fbQMmMc1hDUxu54_alqld9maFlecBG6YVus/edit?ts=5a7cc3bb#responses

ENTE MIXTO DE TURISMO DE PARANÁ. PIEDT. Plan Integral Estratégico de Desarrollo Turístico. Diagnóstico. Octubre 2017. Documento en línea. <https://prezi.com/ocitqahp-brl/plan-estrategico-parana-2017-2030/>

ENTE MIXTO DE TURISMO DE PARANÁ. Sitio oficial de Ente Mixto de Turismo de la Ciudad de Paraná. Informe anual 2015. Visto en: <https://www.facebook.com/empaturparana/>

ENTRE RIOS. LEGISLATURA PROVINCIAL. Ley 9686. (29 de Marzo 2006). Ley Provincial de Turismo. Internet: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:b3xn1AP17aYJ:www.hcder.g>

ov.ar/DV/50/T010968615032006.rtf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ar

GSTC. *Criterios Globales de Turismo Sostenible para destinos*. 2013. Documento en línea.

<https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/criteria-translations/>

LEGISLACIONES VIGENTES A 2015. 2015. 37 Páginas. Internet:

<http://www.albacea.org.ar/archivos/files/Normativa%20vigente.pdf>

MINISTERIO DE TURISMO. Anuario Estadístico de Turismo. AET 2015. Subsecretaría de Desarrollo. 2016. 244 Páginas. Internet:

<http://www.yvera.gob.ar/estadistica/info/anuarios-estadisticos-turisticos>

MINISTERIO DE TURISMO. Encuesta de ocupación Hotelera (EOH). Julio 2015. Subsecretaría de Desarrollo. 2015. Internet:

<http://desarrolloturistico.gob.ar/estadistica/eoh>

MINISTERIO DE TURISMO. Encuesta Viaje y Turismo de los Hogares 2014 (EVyTH). Subsecretaría de Desarrollo. 2015. Internet:

MUNICIPALIDAD DE PARANA. Sitio web oficial de la municipalidad de Paraná. 2017. Características de la ciudad. Visto en: <http://www.parana1.com.ar/>

Muzzachiodi, N., et all. 1998. Sistema Provincial de Areas Naturales Protegidas de Entre Ríos. Avances y Perpectivas, Dirección de Desarrollo Agrícola, Forestal y Recursos Naturales. Inf. Inéd.. Paraná.

OMT. Glosario. Turismo Sostenible. Documento en línea. 2018.

<http://www2.unwto.org/es/content/definicion>

OMT, UNESCO y PNUMA. *Carta mundial de turismo sostenible*. 2015. 34 Páginas. Internet:

<http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/wp-content/uploads/2016/05/Carta-Mundial-de-Turismo-Sostenible-20.pdf>

ONCE DIGITAL. 2013. Los edificios siguen arrasando con las casas antiguas en Paraná. Artículo web. Internet:

<https://www.elonce.com/secciones/parana/322954-los-edificios-siguen-arrasando-con-las-casas-antiguas-en-parana.htm>

ONU. Convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural. 1972. Biblioteca UCI. 16 Páginas

ONU. Convención para la salvaguardia delo patrimonio cultural inmaterial. 2003. Biblioteca UCI. 14 páginas

PARANA. CONSEJO DELIBERANTE. ORDENANZA 8563. (2006). Nuevo Código Urbano

de Paraná. Internet: http://www.cajaprever.org.ar/formularios/E_Codigo%20Urbano.pdf

PROVINCIA DE ENTRE RIOS. Sitio web oficial de la dirección general de estadísticas y censos. 2012. Visto en: <https://www.entrerios.gov.ar/dgec/>

SECRETARIA DE POLITICA UNIVERSITARIA. Presentación del Programa Universidad y Trabajo en el Mundo. Mayo 2013. Artículo. Internet: <http://portales.educacion.gov.ar/spu/noticias/universidad-y-trabajo-argentino-en-el-mundo-en-parana/>

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO. Lista de Prestadores de Servicios Turísticos. Folleto informativo. 2017.

SORS, Ofelia. 2 siglos y cuarto de vida urbana 1730-1955. Paraná. Colmegna. 1981. 463 Páginas.

STUR, Adrián. Estudio de Caso: *"Gestión de Crisis y Conflictos en destino turístico"*. Curso 5: Planificación del Turismo UCI. 2016

TURISMO EN PARANA. Sitio oficial en facebook-Atractivos y Eventos. 2016. Secretaria de Turismo. Municipalidad de Paraná. Visto en: <https://www.facebook.com/turismoparana>

TURISMO ENTRE RIOS. Portal turístico de Entre Ríos. Prestaciones de servicios turísticos en la ciudad de Paraná. (s/f). Visto en: <http://www.turismoentrerios.com/parana/>

TURISMO PARANA. Portal turístico de Paraná. Servicios y atractivos. 2015. Visto en: <http://www.turismoparana.com.ar/la-ciudad.htm>

TRIPIN TRAVEL. Parque Urquiza de Paraná. Página de promoción de destinos turísticos. 2018. Vistos en: <http://www.tripin.travel/parque-urquiza-parana-entre-rios/>

UNA TIERRA DIFERENTE. Portal oficial de la provincia de Entre Ríos. Museos y atractivos culturales. (s/f) Visto en: <http://www.unatierradiferente.com/historia-y-cultura/museos-y-centros-culturales-en-parana-y-alrededores.htm>

UNER; MUNICIPALIDAD DE PARANA. Mapa de las Organizaciones sociales de Paraná. 2012. Del Litoral. 116 Páginas. Internet: <https://bibliotecadigitalacc.files.wordpress.com/2013/08/mapa-digital-reducido.pdf>

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL (UNL). Análisis de la actividad económica de la ciudad de Paraná. Centro de estudios. Editorial Universitaria. 2012. 60 Páginas.