**PROGRAMA DE DESARROLLO E INTEGRACIÓN DE LA REGIÓN**

**DE SALTO GRANDE**

**(RG-L1126)**

Potencialidades de complementación del sector turismo en la región binacional

* 1. **Escaso desarrollo de la región binacional como destino turístico a nivel nacional e internacional**. El crecimiento del turismo está limitado por el escaso desarrollo de la región binacional como destino turístico, la falta de conectividad aérea y la agilidad en los procedimientos de control fronterizo. Adicionalmente, se observa escasez de información estadística y de instrumentos de promoción del emprendimiento.
	2. Los cuatro departamentos que se encuentran en el área de influencia de este programa (Concordia, Federación y Colón en Argentina, y Salto en Uruguay) sustentan su matriz económica-turística en el producto termal. El principal atractivo son los centros termales, que experimentan una alta estacionalidad, concentrada en enero, febrero y julio. Durante estos meses, en 2017, Concordia recibió un promedio de 9.500 turistas, mientras que en junio (considerada temporada baja) apenas 6.000 (36% menos). En 2016, Colón recibió 168.586 visitantes en sus centros termales, Concordia 80.763, Federación 588.463, y Salto 353.000 (en 2017)[[1]](#footnote-1).
	3. Si bien existe gran cantidad de atractivos turísticos con un alto potencial, además de la actividad termal, estos no se encuentran puestos en valor, no están apropiadamente promocionados, ni cuentan con la infraestructura y servicios necesarios. Adicionalmente, existe escasa coordinación entre las instituciones dedicadas al sector en la región binacional.
	4. El presente programa trabajará en potenciar, consolidar y promocionar estos atractivos y otros que se identifiquen durante el desarrollo del programa en forma conjunta e incluyendo actores públicos y privados, con el propósito de aumentar la competitividad del sector a ambos lados de la frontera. Esto permitirá mejorar el posicionamiento de la región binacional como destino turístico, aumentando la cantidad de visitantes y su estadía y gasto promedio.
	5. **Complementariedad de recursos turísticos**. A continuación, se presentan los atractivos turísticos presentes en dos de las ciudades de la región binacional (Concordia y Salto), lo cual demuestra las fortalezas y oportunidades a desarrollar, ya que además del turismo termal existen gran diversidad de recursos como turismo rural, gastronómico, cultural, deportes y actividades náuticas, y de negocios, entre otros.

Tabla 1 - Atractivos turísticos complementarios a la actividad termal en Concordia y Salto

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **CONCORDIA** | **SALTO** |
| **Turismo de sol y playa** | Se observa en la zona gran diversidad de playas a la vera del Río Uruguay con arena, vegetación y fauna autóctona. Algunas cerca de la represa y otras más alejadas con basaltos.Entre las playas más destacadas se encuentran Playa los Sauces, Playa Nebel, Playa la Tortuga Alegre, y el Lago de Salto Grande (está compuesto de playas, camping y puertos donde se pueden practicar diferentes deportes náuticos). Concordia cuenta también con una gran variedad de playas sobre arroyos de agua clara de vertiente. | Está compuesto principalmente por la Playa Las Cavas y Salto Chico. Lago Salto Grande: El lago está formado por el embalse de la Represa de Salto Grande.Cuenta con circuitos naturales de observación, playas de arena blanca y parques forestados. |
| **Turismo cultural** | La costanera es uno de los tradicionales lugares de paseo de la ciudad. La ciudad cuenta con el Parque Mitre, Playa Los Sauces y un Skatepark. También se puede visitar el Museo Judío de Entre Ríos, el Museo y Centro Cultural Salto Grande, el Museo de Antropología y Ciencias Naturales, el Museo de Artes Visuales, y el Museo Regional Municipal Arraubarrena.También es muy importante el Corsódromo, con capacidad para más de 15.000 personas, donde se celebra la fiesta de carnaval en febrero. Otras fiestas destacadas son: la Fiesta Nacional de la Pesca de la Boga, la Feria de las Golondrinas (en relación a artesanos), Fiesta Provincial del Inmigrante y Fiesta de la Citricultura. El Centro de Convenciones ofrece la posibilidad de albergar reuniones de hasta 1.000 personas en auditorio con una altura de 6 metros, o dividirse hasta en 3 salones de 300 personas cada uno para sesionar en forma simultánea diferentes actividades. | Se puede visitar el teatro Larrañaga, el Mercado 18 de Julio, la Catedral Basílica de San Juan Bautista, la zona portuaria con muelles y grúas del puerto de Salto; explanadas y edificios de la Aduana y el Resguardo. Muelle del Ferrocarril o Muelle Negro construido por los ingleses en el siglo XIX en zona portuaria hoy declarada Monumento Histórico.También la Plaza Treinta y Tres, Plaza Artigas, Plazoleta Roosevelt, Museo María Irene Olarreaga Gallino, Museo del Hombre y la Tecnología, Museo de Arqueología y Ciencias Naturales, la Casa Horacio Quiroga, el Museo Edmundo Prati, el Museo Histórico del Río Uruguay, el Museo Carlos Gardel. |
| **Turismo deportivo** | Concordia se ha convertido en uno de los sitios pesqueros preferenciales de la provincia logrando reconocimiento a nivel nacional e internacional. Bogas, dorados, surubíes, tarariras y otras variadas especies atraen a los pescadores deportivos en distintas temporadas. También se desarrolla la "Maratón Internacional de Reyes" (enero). La localidad cuenta con guías autorizados para realizar las actividades de pesca con mosca, o Fly Fishing. | Se ofrecen actividades en torno a la pesca del dorado. Deportes náuticos: esquí acuático, gomones remolcados, jet ski y canotaje. También rafting, atardeceres en el río y cabalgatas guiadas. |
| **Turismo rural/ recreativo** | No se encuentran organizados ni presentados como productos turísticos, sino como establecimientos potenciales a visitar. Es decir, no se observa la promoción de un circuito a través del cual se promueva y difunda la producción local. Así como tampoco existen medios de transporte (mediante paquetes, o medios públicos), para acceder a los mismos.La ciudad posee una gran variedad de ambientes que permite el avistaje de aves. En tanto, el excursionismo a pie, o caminatas por senderos y caminos es una actividad que se está incorporando a las que disfrutan del aire libre. El Parque San Carlos es una reserva natural municipal ubicada a cinco minutos del centro de la ciudad, se destaca por sus selvas en galerías, lomadas, montes casi vírgenes y una vista hacia el Rio Uruguay. Sin embargo, se observa gran potencial de desarrollo en torno a la historia de Saint Exupery, aún no explotado. | Se observa gran preponderancia en la matriz económica en la actividad de: olivares, arándanos, citricultura, horticultura y criadero de tilapias. No se observan productos turísticos asociados a los mismos. En Salto y Paysandú se encuentra el 80% de la citricultura del país cubriendo una superficie en torno a las 11.000 hectáreas; y de horticultura al ser el principal productor a nivel país de cultivos protegidos (tomate, morrón, berenjena, zapallito, entre otros). Pero no se encuentran productos turísticos particulares en torno a estos recursos.El ciurcuito gastronómico está integrado por distintas bodegas para visitar y degustar vinos -sobre todo de la cepa Tannat-, entre ellas Bodega Salto Chico, Bodega Bertolini y Broglio y Bodega Cattani Orihuela. |
| **Represa Salto Grande** | Es la primera represa binacional de América Latina y la más grande de Uruguay, por lo que es otro de los atractivos comprendidos dentro del itinerario turístico de Salto y de Concordia.Se pueden realizar visitas guiadas en forma gratuita con guías y transporte.  |

Fuente: [Desarrollo turístico de la Región de Salto Grande](http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=EZSHARE-567986568-9)

* 1. **Circuitos turísticos integrados**. Más allá de las distintas opciones de paseo y recreación que se encuentran en la región, se observa la falta de circuitos turísticos consolidados, no sólo en la región en general, sino dentro de cada una de las localidades. Como consecuencia de ello, los destinos no actúan como “clusters”, sino como un conjunto de actividades ofrecidas de manera aislada. Por ejemplo, en el caso de turismo rural, se ofrece la visita a establecimientos, pero el turista debe movilizarse vía automóvil propio, no existiendo un circuito o ruta que aglomere el producto como tal.
	2. **Marca regional**. Se evidencia escaso uso de la marca regional “Salto Grande” para unificar la identidad, valores y productos turísticos a ambos la dos de la frontera. Se observa la marca “Compartí Concordia” y “Salto a la naturaleza”. Sin embargo, en la implementación de las mismas (por ejemplo, en la señalética) se observa utilización de otras marcas, como “Concordia es Turismo”, que se encuentran obsoletas. Es decir, que se observa convivencia de varias marcas en la misma región, lo cual impide la consolidación de las mismas. En el caso de Salto no se evidencia la marca local en la folletería, aunque se visualiza en el interior de la Oficina de Información Turística y en parte de la señalética que marca los principales atractivos.
	3. **Promoción conjunta**. Existe falta de promoción y comercialización conjunta de los productos turísticos de la zona. Tampoco se evidencia una plataforma o canales digitales de promoción conjunta, trabajando los destinos de forma unilateral.
	4. **Sellos de calidad**. No se observan sellos de calidad otorgados por la provincia/departamento. A su vez se observan sellos de calidad (en Concordia), como por ejemplo la distinción del Programa Buenas Prácticas en Destinos Turísticos, otorgados por el Ministerio de Turismo de la Nación, en estado de vencimiento.
	5. **Productos regionales**. Se observa una escasa promoción de los productos regionales, ya sean artesanías o alimentos típicos (asociados por ejemplo a la producción de cítricos o arándanos). A su vez, los existentes no están relacionados directamente con la identidad y valores del destino.
	6. **Pesca**. El mismo fenómeno sucede con la pesca, uno de los principales sustentos de la actividad turística. No se visualizan casas de venta de artículos de pesca, como tampoco la promoción de tal actividad.
	7. **Turismo gastronómico**. No se evidencia la gastronomía como recurso turístico. Tal es así, que no es ofrecido como muestra de atractivo e identidad local. De hecho, los restaurantes no promueven la degustación de platos y productos típicos a los turistas. El mencionado fenómeno ocurre en ambos lados de la frontera, aunque destaca de sobremanera en Salto la escasa cantidad de establecimientos gastronómicos.
	8. **Turismo aventura**. En el caso de Concordia, no se observa producto alguno con relación al turismo aventura, a excepción del avistaje de aves que se realiza en el Jardín Botánico. En lo que refiere a Salto, desde la OIT sólo se promociona un guía para tal actividad.

**La relevancia de la industria del turismo como potenciador del desarrollo económico regional**

* 1. Es necesario potenciar la riqueza natural y cultural de los destinos turísticos para potenciar los efectos positivos del arribo de visitantes, aumentando la estadía y el gasto promedio, la cantidad de visitantes, y empleo del sector. A continuación, se presentan tres casos donde se evidencia cómo la incorporación de infraestructura y de herramientas políticas, empresariales, de gestión y de coordinación binacional aplicadas al turismo, permiten ofrecer a los diversos actores del sector un clima propicio para el desarrollo de sus actividades.
	2. **El aeropuerto de Termas de Río Hondo como potenciador del turismo**. La apertura del Aeropuerto Internacional Termas de Río Hondo y las nuevas infraestructuras permitieron el fortalecimiento de la economía local y regional del destino santiagueño. Previo a tal hito, los visitantes de la localidad procedían de la región (Noroeste Argentino) llegando principalmente por medio del automóvil particular, mientras que la oferta turística se basaba en las termas como principal atractivo, orientadas a un público de tercera edad, con estadías de pernocte medios.
	3. Como destino turístico, Termas de Río Hondo logró una mayor desestacionalización y diversificación de perfil del turista gracias a la apertura del aeropuerto local. La llegada de vuelos de cabotaje –y recientemente de vuelos internacionales- potenció la oferta turística termal tradicional la cual se complementó con eventos masivos programados y nuevas infraestructuras[[2]](#footnote-2) posicionando el destino a nivel nacional e internacional.
	4. Producto de estas iniciativas entre 2012 y 2017 la oferta de establecimientos hoteleros y para hoteleros creció un 21% y las plazas hoteleras[[3]](#footnote-3) y para hoteleras[[4]](#footnote-4) un 31%. En cuanto al total de viajeros (promedio mensual por año) que han visitado el destino, y comparando los períodos 2012 y 2017, se visualiza un incremento porcentual del 35%, pasando de recibir 126.979 viajeros en el 2012 a un total de 197.689 en el 2017.
	5. **Cataratas del Iguazú, un caso de cooperación binacional**. La cooperación entre los gobiernos de Argentina y Brasil en la promoción de las Cataratas del Iguazú y las áreas protegidas nacionales a ambos lados del límite internacional del río Iguazú es un buen ejemplo de coordinación binacional en beneficio del desarrollo turístico, y la conservación de flora y fauna de la zona. Ambos parques conservan uno de los ambientes con mayor biodiversidad de la región junto a los más grandes y espectaculares sistemas de cascadas y rápidos a nivel mundial.
	6. Desde su elección como una de las siete maravillas naturales del mundo el flujo de turistas ha crecido un 50%. A su vez, el "Destino Iguazú” es promocionado en forma conjunta por operadores y funcionarios de Argentina y Brasil, como parte del programa Visit7Wonders, que destaca especialmente el punto de unión de ambos países, con la Maravilla Natural como emblema.
	7. Argentina y Brasil coordinan cuestiones bilaterales para el fomento de la actividad[[5]](#footnote-5) y fidelización del turista, así como acciones de trabajo conjunto dentro del parque, que ayudan a conservar los recursos naturales característicos (flora y fauna)[[6]](#footnote-6). Además, han agilizado el tránsito de turistas y operadores por el paso internacional de Puerto Iguazú – Foz do Iguacu lo que facilita la visita de turistas al país vecino.
	8. En Argentina este parque representa el 38% del total de ingresos a parques nacionales y recibió entre 1,2 y 1,4 millones de visitantes anuales desde 2012, de los cuales un 40% corresponden a turistas internacionales. Gran parte del flujo turístico arriba al Parque vía aérea. En el año 2017, el aeropuerto de Puerto Iguazú se ubicó séptimo en el ranking de tráfico de pasajeros con un total de 998.000 pasajeros fueron transportados, lo que supuso un incremento del 11,7% en relación al período 2016. La remodelación del aeropuerto y la apertura de más rutas aéreas internacionales y de cabotaje supondrán una mejora en la conectividad del destino.
	9. **La política de desarrollo turístico en Salta[[7]](#footnote-7)**. La implementación de una política de desarrollo turístico en Salta tuvo impactos positivos aumentando la cantidad de turistas recibidos, el empleo generado, así como la cantidad de establecimientos y plazas hoteleras y para hoteleras. Esta política se basó en tres pilares: la construcción y modernización de infraestructura turística (terminales de ómnibus, aeropuertos y accesos viales); créditos impositivos para la construcción, remodelación y ampliación de hoteles y otros alojamientos; y el fortalecimiento institucional de la Secretaría de Turismo de la provincia, la creación de un ente público-privado y una campaña internacional de promoción del destino.
	10. Con estas medidas de 2002 a 2012 el número de turistas se triplicó. Este aumento fue liderado principalmente por los arribos por modo aéreo que pasaron del 33% al 50% del total de llegadas a la provincia. Asociado a la mayor calidad y variedad de atractivos en Salta rápidamente se vio un aumento tanto del gasto promedio por turista como de la cantidad de noches de estadía promedio pasando de 65 a 85 dólares de gasto y de 1,7 a 2,2 noches promedio de estadía.
	11. Entre 2002 y 2012 el empleo en turismo pasó del 1% al 2% del total de la fuerza laboral de la provincia con un aumento del empleo en turismo de 2,2% anual con un impacto acumulado de 22%. En valores absolutos esto significó la creación de 1376 empleos formales, de los cuales más del 50% se creó en servicios hoteleros. Además, cada un empleo generado en turismo se generó otro empleo formal en el resto de la economía provincial. Por su parte, la cantidad de establecimientos hoteleros pasó de 60 a 240 entre 2003 y 2013.

**La industria del turismo en Argentina y Uruguay**

* 1. La industria del turismo generó en 2014 ingresos por más de 139.000 millones de pesos argentinos y más de 2.615 millones de pesos uruguayos respectivamente. Considerada durante mucho tiempo como una “industria sin chimeneas” el turismo ganó protagonismo de la mano de políticas de fomento de la actividad en los niveles nacionales, provinciales y municipales.
	2. En la actualidad existe tanto en Argentina como en Uruguay una oferta turística diversificada y con distintos grados de desarrollo y madurez, que emplea a más de un millón de personas (1.079.000 en Argentina[[8]](#footnote-8) y 110.151 en Uruguay[[9]](#footnote-9) en 2014). La presencia de recursos turísticos naturales y culturales es un activo importante de ambos países que motiva tanto desplazamientos de turistas domésticos como arribos internacionales.
	3. Sin embargo, ante el surgimiento de nuevos destinos y una creciente competencia se pone en evidencia la necesidad de jerarquizar la actividad y ganar diferenciación mediante la dotación de obras de infraestructura turística y herramientas políticas y empresariales de fomento. Entre estas últimas se destaca la creación de entes de promoción público-privado, la planificación conjunta y creación de marcas regionales, exenciones impositivas y devolución de IVA y fortalecimiento institucional de los organismos que estudian la actividad, entre otros.
1. Dirección General de Estadísticas y Censos de la Provincia de Entre Ríos. [↑](#footnote-ref-1)
2. De forma conjunta con la mayor conectividad aérea, el gobierno provincial implementó obras de atracción al turista (como ser la isla Tara Inti, el Museo del Automóvil, el propio Autódromo Provincial, las nuevas Costaneras, el paseo central de la ciudad y la remodelación de las calles céntricas, entre otros) que permitieron un incremento en la extensión de la estadía. Como evento deportivo en la zona, destaca el Moto GP (representando el 55% de los ingresos por turismo en Termas de Río Hondo) y Motos 2 y 3, la categoría máxima del motociclismo mundial. [↑](#footnote-ref-2)
3. Los establecimientos hoteleros son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. [↑](#footnote-ref-3)
4. Los establecimientos para-hoteleros incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc. [↑](#footnote-ref-4)
5. En el período 2017, como ejemplo de trabajo mancomunado, se llevó adelante el “Encuentro Conservación sin Fronteras – Áreas protegidas próximas a límites internacionales” en el Parque Nacional Iguazú (Argentina) y en el Parque Nacional do Iguaçu (Brasil) con el objetivo de discutir los desafíos y oportunidades en relación a la cooperación para la conservación y el manejo de áreas protegidas, teniendo como foco el corredor binacional formado por ambos Parques, y avanzar hacia la consolidación formal del trabajo en conjunto que se viene realizando en la práctica. [↑](#footnote-ref-5)
6. Ejemplos de actividades conjuntas: Campañas de patrulla, identificación y ejecución de las actividades de educación ambiental para los dos parques, comparten prácticas de gestión y manejo de áreas protegidas. Se genera un Plan Operativo conjunto anual y realizan reuniones sistemáticas entre los representantes de ambos parques, además de un Comité Intergubernamental Consultivo responsable de la coordinación y gestión de la cooperación en las áreas protegidas, entre otras. [↑](#footnote-ref-6)
7. Fuente: Desarrollo turístico de la Región de Salto Grande y Victoria Castillo, Lucas Figal Garone, Alessandro Maffioli , Lina Salazar. “The causal effects of regional industrial policies on employment: A synthetic control approach” Regional Science and Urban Economics 67 (2017) 25–41 [↑](#footnote-ref-7)
8. <http://www.yvera.gob.ar/estadistica/> [↑](#footnote-ref-8)
9. <https://mintur.gub.uy/index.php/component/jdownloads/send/75-anuarios/282-anuario-2015?option=com_jdownloads> [↑](#footnote-ref-9)