

Diagnóstico turístico del Partido  
de Berisso

Alumna: Natalia Silva 72421/4

Tutor: Alfredo Conti

29/03/2017

nataliasilva.lt@gmail.com

---

*A mis amores, **Mateo y Basti**, por su paciencia, su ánimo y su amor en este proceso.*

*A mi **papá**, gracias por estar siempre a mi lado alentando mis sueños y por no permitirme bajar los brazos cuando la vida se vuelve difícil.*

*A mi **familia** por su amor y acompañamiento incondicional en toda mi carrera.*

*A mis **amigos** de la vida y los que me permitió conocer este camino, por su cariño, por estar presente en cada momento dándome una palabra de aliento y apoyándome en cada paso.*

*A mi **tutor** por su supervisión en este trabajo, su paciencia, su guía y mi profunda admiración.*

---

## **Resumen**

Este trabajo pretende recolectar, analizar e interpretar información del sistema turístico del Partido de Berisso, buscando entender la situación actual del destino y de la actividad turística, con el fin de contribuir en la búsqueda de posibles soluciones a problemas identificados.

Para ello se presenta en la siguiente tesis la evaluación realizada sobre los atractivos del lugar, la demanda, la oferta, la infraestructura, las políticas públicas y percepciones de la comunidad local.

Como objetivo principal esta investigación busca determinar las causas por las cuales un municipio que cuenta con recursos naturales y culturales tan importantes, tiene un posicionamiento tan débil en la oferta turística.

En base a la Matriz FODA se realiza un diagnóstico evaluativo de la situación actual del turismo para conocer cuáles son los factores que están afectando positiva y negativamente a la actividad e identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo de la misma en el territorio.

También se determinará cuál es el momento dentro del ciclo de vida de los destinos, en el que se encuentra la ciudad.

Para finalizar, se fundan conclusiones generales que permitan avanzar en el conocimiento del estado de la actividad turística en la localidad de Berisso y una serie de recomendaciones tanto para el sector público como para el privado del destino.

## INDICE

CAPITULO1 CONSIDERACIONES GENERALES .....	1
Introducción .....	2
Objetivos .....	2
Metodología .....	3
CAPITULO 2 MARCO CONCEPTUAL .....	5
2.1) Turismo y Sistema Turístico .....	6
2.2) Destino .....	8
2.3) Planificación Turística: .....	10
2.4) Diagnóstico .....	12
CAPITULO 3 OFERTA .....	14
PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO.....	15
3.1) Factores y atractores del Partido de Berisso .....	17
3.2) Planta turística o sistema de soporte .....	21
a) Oferta gastronómica .....	21
b) Oferta de alojamiento .....	23
c) Servicios de apoyo.....	24
3.3) Infraestructura .....	25
3.4) Superestructura .....	29
a) Gestión municipal .....	29
b) Cámara de Turismo de Berisso .....	31
CAPITULO 4 DEMANDA .....	32
4.1) Demanda real.....	33
4.2) Demanda potencial .....	35
Perfil de los encuestados .....	36
Percepciones de los encuestados sobre el destino y sus atractivos .....	37
4.3) Comunidad local: percepciones frente al turismo .....	41

Perfil de los encuestados .....	42
Percepciones de los encuestados sobre la situación actual del turismo en Berisso .....	43
CAPITULO 5 DIAGNÓSTICO EVALUATIVO .....	49
5.1) Metodología.....	50
5.2) Análisis interno del destino: fortalezas y debilidades .....	51
Fortalezas .....	51
Debilidades.....	52
5.3) Análisis externo del destino: oportunidades y amenazas .....	53
Oportunidades.....	53
Amenazas.....	55
Mapa Diagnóstico.....	56
Mapa de Posicionamiento Estratégico.....	57
5.4) Ciclo de vida.....	58
CAPITULO 6 RECOMENDACIONES Y LINEAMIENTOS DE ACCIÓN .....	61
Recomendación nº 1: Definición de una política turística .....	62
Recomendación nº 2: Planificación Turística .....	62
Recomendación nº 3: Desarrollo de productos .....	63
Recomendación nº 4: Promoción.....	63
Recomendación nº 5: cooperación entre los sectores públicos y privados .....	63
CONCLUSIONES FINALES .....	65
BIBLIOGRAFÍA .....	68
ANEXOS .....	72
Fórmula de aplicación para determinar el tamaño de la muestra.....	73
Entrevistas .....	74
Fichas de relevamiento .....	77
<i>Ficha de relevamiento N°1: ATRACTIVOS</i> .....	77
Ficha de Relevamiento N°2. INFRAESTRUCTURA.....	81

Encuestas .....	83
Encuesta N°1. Oferta local: Alojamiento.....	83
Encuesta N°2. Oferta local: Restauración .....	86
Encuesta N°3. Oferta local: Servicios de apoyo .....	89
Encuesta N°5. Demanda potencial .....	92
Fotos del Partido de Berisso.....	95

---

# **CAPITULO1**

# **CONSIDERACIONES**

# **GENERALES**

---

## **Introducción**

Este trabajo de tesis está dedicado a realizar un diagnóstico turístico del partido de Berisso, localizado en el noreste de la provincia de Buenos Aires, en la Región Capital de la provincia.

El trabajo se orienta a recolectar, analizar e interpretar información del sistema turístico del partido, buscando entender la situación actual del destino y de la actividad turística, con el fin de contribuir en la búsqueda de posibles soluciones a problemas identificados. Algunas de las variables de análisis que se han tenido en cuenta para el diagnóstico son los recursos y atractivos turísticos con que cuenta el partido, las características actuales de la oferta y de la demanda, la infraestructura disponible, las políticas públicas referidas al turismo en el ámbito local y las percepciones de la comunidad local.

La hipótesis principal que sustenta el trabajo de investigación es que el partido cuenta con importantes recursos naturales y culturales pero, en general, tiene un posicionamiento débil como destino de turismo y excursión. El objetivo general del trabajo de investigación consiste, por lo tanto, en determinar, a partir del análisis de la situación actual, las causas que llevan a tal situación. Se pretende, a la vez, determinar en qué momento del ciclo de vida de los destinos turísticos se encuentra el caso de estudio, de modo de proponer algunas premisas para su mejor posicionamiento turístico.

Con este trabajo de investigación se pretende no solo realizar un aporte en materia turística al partido de Berisso, sino también demostrar que el desarrollo de la actividad depende de la suma de políticas que requieren de la intervención del sector público, privado y de la sociedad local. Además se busca poner a disposición de quien requiera la información primaria obtenida en lo que respecta a los atractivos, oferta, demanda, infraestructura, gobernanza y percepciones de la comunidad local.

La siguiente tesis se presenta como una manera de analizar y entender la situación de Berisso como destino turístico; teniendo en cuenta la presente evaluación realizada y los resultados obtenidos, identificar los factores que están afectando positiva y negativamente el desarrollo de la actividad y proponer soluciones para los problemas encontrados.

En lo que respecta a sus consecuencias aplicables se brinda información de utilidad para la toma de decisiones en lo que refiere a la planificación y definición de estrategias de desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

## **Objetivos**

### Objetivo General:

- Proceder a un diagnóstico que permita identificar las causas por las cuales un municipio que cuenta con importantes recursos naturales y culturales importantes tiene un posicionamiento débil en la oferta turística de la provincia de Buenos Aires.

### Objetivos específicos:

- Identificar los componentes que integran el sistema turístico del partido de Berisso como destino.



- Identificar los recursos naturales y culturales con que cuenta el partido y analizar su inserción en la oferta turística actual.
- Identificar la infraestructura turística disponible en la actualidad y verificar su pertinencia para satisfacer los requerimientos de la demanda.
- Identificar en número y tipo los servicios turísticos que se encuentran en el destino: alojamiento, alimentación, servicios de apoyo al turismo (agencias de viajes, tour operadores, oficinas de información turística, etc.).
- Describir la demanda real y brindar una aproximación de la demanda potencial.
- Recopilar y analizar los instrumentos vinculados a políticas públicas y legislación turística en el ámbito local.
- Conocer la percepción de la comunidad local respecto al turismo en el partido.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual en sintonía con los conceptos de planificación estratégica y desarrollo local.
- Proponer recomendaciones a los diferentes actores del sector, para el diseño e implementación de estrategias de planificación y desarrollo turístico.

## Metodología

Desde el punto de vista metodológico, el trabajo que se presenta constituye una investigación que trabaja con la recopilación y análisis de fuentes pertinentes para obtener la información necesaria. Dentro de estas fuentes de información se encuentran las primarias, aquellas que proporcionan datos obtenidos directamente por el investigador y las fuentes secundarias que facilitan información elaborada por otros investigadores (de segunda o tercera mano) (Cea D'Ancona; 2012)

Se trata de una investigación que combina las perspectivas cuali y cuantitativas para una mejor comprensión del problema de investigación. La investigación cuantitativa se basa en el uso de técnicas estadísticas para conocer aspectos de interés de la población que se está estudiando (Hueso y Cascant, 2012), mientras que la investigación cualitativa es usada para describir los elementos de interés y tiene una finalidad predictiva de los comportamientos humanos y su relación con el turismo (Sancho, 2001).

Teniendo en cuenta los beneficios de estos tipos de investigaciones, es que se considera combinar ambas modalidades para la realización de este trabajo. Además es destacable la utilización de los métodos e instrumentos que poseen para lograr el desarrollo de los objetivos.

La identificación y análisis de recursos culturales y naturales se ha realizado básicamente a partir de fuentes secundarias. Para sintetizar la información obtenida, se han diseñado fichas que permiten la sistematización de la información.

La recolección de información referida a políticas públicas e implementación de legislación y planes en el ámbito local se ha realizado a través de entrevistas a

informantes calificados, particularmente funcionarios municipales. En lo que concierne a percepción de la comunidad local, se han realizado encuestas y entrevistas.

---

# **CAPITULO 2**

# **MARCO CONCEPTUAL**

---

Como se ha señalado en las páginas anteriores, en la presente investigación se realizará un análisis de la situación actual de la actividad turística de la ciudad de Berisso, a fin de contribuir con la búsqueda de alternativas para la solución de los problemas identificados y establecer en cuál etapa del ciclo de vida del destino se encuentra. Para ello, corresponde previamente una conceptualización de los principales términos a utilizar, y las diferentes visiones de los autores consultados. De ahí que este primer capítulo está destinado a una reseña de los principales términos y conceptos que se utilizarán a lo largo del trabajo.

## 2.1) Turismo y Sistema Turístico

Teniendo en cuenta el tema de investigación de la presente tesis es importante comenzar definiendo los conceptos de turismo y sistema turístico.

Si bien no existe una única definición de turismo, ya que su conceptualización se nutre de diferentes disciplinas, de manera genérica la Organización Mundial del Turismo (OMT) (1997) lo define como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios u otros motivos.

Por su parte autores como Almirón, Bertoncello y Troncoso (2006, citado en Schweitzer, 2008) definen al turismo como el desplazamiento territorial de personas que es motivado por la existencia de atractivos turísticos (históricos, naturales o culturales) identificados como recursos.

El Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (citado por Delgado de Cantú, 2003) lo conceptualizó como “el conjunto de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes”

A partir de estas definiciones podemos observar cómo la actividad turística se define a partir de un conjunto de factores que se interrelacionan entre sí, dando lugar al **sistema turístico**.

Según la Teoría General de Sistemas (TGS), un sistema es un conjunto de elementos o subsistemas interrelacionados en forma compleja orientados hacia el logro de un objetivo en común. Estos subsistemas son interdependientes, porque lo que haga uno de ellos afecta a los demás en mayor o menor medida, y complementarios, porque cada subsistema hace algo distinto al resto pero necesario para el logro de los objetivos del sistema. Se relacionan con un contexto con el cual se influyen mutuamente, reciben de él los inputs necesarios para el funcionamiento del sistema y emergen outputs que son el producto o materialización de la dinámica del sistema y la manera que tiene éste de influenciar en el ambiente (Gonzalez Hector, 2010).

Desde una perspectiva sistémica, la OMT (1988, citado por Quijano Ricaurte 2009) propone un modelo de mercado turístico formado por cuatro elementos: la oferta, la demanda, el espacio geográfico y los operadores. El funcionamiento se explica partiendo del espacio geográfico, que es el lugar donde se encuentra la oferta y la demanda; este encuentro es facilitado por los operadores, considerados como promotores del turismo. En el espacio geográfico se encuentra la población residente pero no es considerada como un elemento del sistema turístico.

Por otro lado el investigador Sergio Molina (1982, citado por Osorio García 2005) considera al turismo como un sistema abierto que se relaciona con el medioambiente para establecer intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados salen al entorno en forma de productos y servicios turísticos.

Este sistema tiene un enfoque de destino y está integrado por seis subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local, los cuales interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo en común.



---

*Elaboración propia basada en el Sistema turístico de Sergio Molina 1982*

- **Superestructura:** se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
- **Demanda:** es el conjunto de consumidores (actuales y potenciales) de servicios turísticos.
- **Oferta** (equipamiento e instalaciones): formada por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados directamente con la actividad turística; puestos a disposición de los turistas para su consumo y disfrute. En el caso de la localidad de Berisso se toman los alojamientos, restaurantes y agencias de viaje.
- **Infraestructura:** la dotación de bienes y servicios con que cuenta un lugar para sostener su estructura social y productiva. Forman parte de ella la educación, los servicios de salud, los transportes, las comunicaciones, la energía y la vivienda.
- **Atractivos:** conjunto de bienes y servicios materiales e inmateriales, culturales y naturales, cuya característica definitoria es que poseen cierto grado de atraktividad para el visitante.

- **Comunidad receptora:** se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo

Cuando el funcionamiento y los objetivos están en concordancia con los intereses locales y con los intereses de la demanda, el sistema se encuentra en equilibrio, pero en caso contrario es necesario reorientar el funcionamiento del sistema mediante la planificación o aplicando nuevas estrategias. (Quijano Ricaurte, 2009)

Para estructurar el diagnóstico de la localidad de Berisso, se ha tomado como base metodológica la propuesta de sistema turístico de Sergio Molina, explicada anteriormente, ya que considera a la comunidad local y a las organizaciones de apoyo al turismo como una parte fundamental para el desarrollo de la actividad en el destino.

## 2.2) Destino

Dentro de los componentes del sistema debemos incorporar al destino turístico. Hay muchos investigadores que han propuesto definiciones en torno al concepto de destino turístico, algunas de las cuales incorporan aspectos que no habían sido tratados anteriormente. Sin embargo, para alcanzar los objetivos propuestos para este trabajo de tesis se utilizará la definición elaborada por la OMT (2002), la cual puede ser catalogada dentro del enfoque tradicional de las teorías del espacio turístico.

En una reunión llevada a cabo en Madrid en diciembre del 2002, el Grupo de Expertos en Gestión de Destinos de la OMT, intentó establecer una definición: “El destino turístico local es un espacio físico en el cual un turista está al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores” (citado por Rodríguez Fariñas, 2011).

Resumiendo, cuando habla de destino la OMT hace referencia al lugar de encuentro entre la oferta y la demanda. Ahora bien, para determinar en qué situación se encuentra la ciudad de Berisso entendida como destino turístico, se propone utilizar el modelo de Butler (1980), quien adoptó la teoría de ciclo de vida de los productos propuesta por Dean (1950) y la aplicó a los destinos turísticos (citado por García y Armelini 2013).

Butler pudo identificar distintas fases por la que atraviesa un destino:

- **Exploración:** se descubre el destino y es visitado por un número reducido de personas que huyen de los destinos masificados. Los visitantes se sienten atraídos por las cualidades naturales y culturales únicas y diferentes. En esta etapa los destinos son poco accesibles y con instalaciones turísticas precarias.
- **Implicación:** en esta fase el número de visitantes aumenta como consecuencia de los nuevos equipamientos creados por iniciativa local. El destino se hace más popular, se desarrolla mercado y una temporada turística. Se demanda al municipio una mayor implicancia en la actividad, sobre todo en la construcción de infraestructura.
- **Desarrollo:** la llegada de turistas es mucho mayor, el control de la actividad lo ejercen compañías externas y ya no locales; se invierte en hotelería de marcas

importantes, se modernizan las instalaciones y se incorporan tours operadores. La singularidad del destino comienza a perderse debido a la masificación. En este momento se puede identificar un sector público más involucrado. Los residentes locales se pueden sentir desbordados por la población turística, al ser ésta más numerosa, lo que puede generar conflicto entre las partes.

- Consolidación: en esta fase el número de turistas crece pero no de forma exponencial como en la fase anterior. El destino ya forma parte de la industria organizada. Los turistas iniciales se han desplazado a otros lugares. La influencia de tantos visitantes y tantos servicios que se prevé para ellos va puede generar descontento y oposición entre los residentes locales especialmente entre los que no dependen, ni participan, ni se benefician, de las ganancias de esta actividad y además su modo de vida se ve limitada por esta presencia ajena.
- Estancamiento: supone que el número de turistas no crece y el destino comienza a perder su atractivo.
- Declive: se produce la pérdida de visitantes que se trasladan a nuevos destinos. Es en este momento cuando se deben tomar medidas para rejuvenecer el destino buscando nuevos usos, nuevos clientes, nuevos canales de distribución y diseñar nuevos productos con el objetivo de reposicionar el destino.



Fuente: imagen de internet

Esta teoría de ciclo de vida de los destinos (TCVD) tiene sus limitaciones a la hora de ser utilizada como herramienta para la toma de decisiones y orientar una dirección estratégica, pero es útil considerarla para el diagnóstico de un destino (García y Armelini, 2013).

Sea cual fuese la fase en la que se encuentra un destino, es necesario realizar una planificación sobre el mismo para lograr los objetivos de desarrollo de ese destino y equilibrar el sistema para que esté en concordancia con las necesidades de la demanda y de la comunidad local. Por tal motivo es tan importante la planificación turística.

## **2.3) Planificación Turística:**

A lo largo de la bibliografía consultada, se han encontrado diversas definiciones. Algunos de los autores estudiados han tomado para sus investigaciones la definición aportada por Gunn (1994), quien dice que la planificación y la gestión del turismo es un proceso para determinar una acción futura apropiada mediante una secuencia de alternativas. Por su parte Molina (citado por Osorio García, 2006), siguiendo con esa línea, lo define como un proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico.

McIntosh (1999) lo considera un proceso racional de anticipación y toma de decisiones sobre acciones futuras; la planificación es el instrumento básico de gestión de la “cosa turística”, ya que posibilita la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables; su calidad va a determinar el éxito y la vida útil de cualquier área territorial receptora, por lo que el esfuerzo y los recursos destinados a la planificación deben ser considerados como una inversión esencial. Por último, la OMT (2004, citado por Quijano Ricaurter, 2009) sostiene que la planificación turística en sus diferentes escalas (internacional, nacional, regional, local y de sitio) es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad.

Teniendo en cuenta las definiciones de estos autores, se ha podido establecer, entonces, que la planificación turística es un proceso ordenado que se realiza para tomar decisiones sobre hechos futuros, con la intención de intervenir en la realidad de un destino y orientarlo hacia una situación que es considerada más favorable que la actual. La planificación es un instrumento fundamental para lograr el desarrollo turístico.

### **Etapas del proceso de planificación**

La Organización Mundial del Turismo (1999) considera que el proceso de planificación consta de siete etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de la misma y las condiciones locales.

- 1- Estudio preliminar
- 2- Determinación de objetivos de desarrollo
- 3- Estudios y evaluaciones
- 4- Análisis y síntesis
- 5- Formulación de políticas y planes
- 6- Recomendaciones
- 7- Ejecución y gestión

De las cuales de la etapa 1 a la 5 corresponden al proceso de planificación propiamente dicho, mientras que la 6 y 7 son actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo.





*Elaboración propia basada en el Proceso de planificación turística de la OMT 1999*

A continuación se describe en qué consiste cada etapa:

### **Estudio preliminar**

En esta etapa se realiza la evaluación de los recursos: visita al lugar, observación de los recursos, identificación de los productos y desarrollos potenciales. Se establece el enfoque de la planificación según sea la escala y el tipo de espacio turístico (natural, rural, urbano o costero). Si la evaluación es positiva se selecciona el equipo del proyecto, el cual debe ser multidisciplinar, para poder abordarlo desde diferentes perspectivas.

### **Determinación de los objetivos**

Los objetivos se establecen en forma preliminar al comienzo del proyecto y se van afinando en función de la información que se recolecta durante el proceso de planificación. Deben expresar lo que se pretende lograr mediante el desarrollo turístico, combinando factores económicos, ambientales y socioculturales, incorporando siempre el concepto de sustentabilidad. La formulación de los objetivos se debería realizar de manera participativa, en conjunto con la comunidad receptora, las autoridades pertinentes y otros actores sociales vinculados al turismo.

### **Estudios y evaluaciones**

Se recolecta información referente al sistema turístico local y sus elementos: planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura.

### **Análisis y síntesis**

Se analiza, de forma integrada e interrelacionada, todos los elementos del sistema para determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Este paso, conjuntamente con el anterior, conforman el DIAGNÓSTICO, en el que se indican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico como de los factores sociales, económicos, políticos y ambientales externos al mismo.

La implementación en la ciudad de Berisso de ambos procesos es el objetivo de esta tesis, por lo que serán desarrollados en detalle más adelante.

### **Formulación del plan**

En función de los objetivos, inventarios, análisis y síntesis, se formula la política de desarrollo turístico y se elabora el plan. Lo habitual es que se elaboren y evalúen varios planes y se seleccione como definitivo aquel que mejor aproveche las oportunidades y mitigue los problemas.

### **Recomendaciones**

Se formulan las recomendaciones pertinentes para las mejoras necesarias de las atracciones, servicios e instalaciones de turismo y de los elementos institucionales de la localidad. Se analizan los impactos ambientales y socioculturales y se recomiendan medidas de protección; así como también los impactos económicos y se aconsejan formas de potenciar los beneficios.

### **Ejecución y gestión**

En esta última etapa se establece la creación de un comité con representantes del sector público y privado con el fin de realizar un seguimiento periódico del proyecto y realizar las modificaciones pertinentes al plan de acuerdo con los cambios que vayan surgiendo en el mercado turístico. Además, se definen indicadores de éxito de desarrollo y las mediciones periódicas de avance.

## **2.4) Diagnóstico**

Silva y Sandoval (2012) consideran al diagnóstico territorial como un proceso de recolección, procesamiento e interpretación de la información de un espacio territorial determinado por “factores político-administrativo, sociales, culturales y ambientales”, con el objetivo de no solo analizar los problemas del territorio con el fin de solucionarlos o mejorarlos, sino que también identificar las potencialidades que han promovido o pueden promover su desarrollo. Lo consideran un proceso abierto y en constante evolución.

Por su parte Quijano Ricaurte (2009), adaptando el concepto específicamente al turismo, establece que el diagnóstico turístico consiste en la recolección y análisis de los elementos que permiten el funcionamiento del turismo en un destino así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica. Este proceso tiene como fin definir cuáles son los factores que están afectando ya sea positiva o negativamente la actividad en el destino, identificar las oportunidades y limitaciones del desarrollo y facilitar la definición de estrategias y toma de decisiones.

Por último, la OMT (1999, citado por Ricaurte 2009) dice que el diagnóstico corresponde a la tercera y cuarta etapa del proceso de planificación: Estudios y evaluaciones + Análisis y síntesis respectivamente. Se lo identifica como línea base o

estado de la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación, y posee tres propósitos específicos:

- a) Establecer la situación actual del turismo en un espacio territorial limitado.
- b) Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones y las propuestas y estrategias de desarrollo adoptadas con datos cuantitativos y cualitativos.
- c) Establecer un momento base que sirva para poder comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de estrategias de planificación.

Entonces, según las definiciones aportadas por estos autores se ha podido inferir en que el diagnóstico es el punto de partida y establece la base sobre la cual se va asentar el proceso de planificación turística. Consiste en la recolección, análisis e interpretación de la información de los elementos que conforman el sistema turístico de un destino y de los factores externos que influyen en el mismo en un momento determinado. Este proceso permitirá tomar decisiones acerca de futuras estrategias para solucionar aquellos problemas que se han identificado y que dificultan el desarrollo turístico del destino, así como también para conocer sus fortalezas y potencialidades.

---

# **CAPITULO 3**

# **OFERTA**

---

## PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO

En forma previa a presentar la información, se procede a una presentación del caso de estudio. El partido de Berisso se encuentra ubicado al este de la provincia de Buenos Aires, a orillas del Río de La Plata (Brugaletta et al., 2011) ocupando una superficie de 143,59 km<sup>2</sup> con una población de 101.123 habitantes según Censo Poblacional 2010.

La ciudad forma parte de la región llamada Gran La Plata. Al noroeste limita con la ciudad de Ensenada, su borde noreste es el Río de La Plata que cubre una costa de 22 Km. La ciudad de La Plata constituye su límite noroeste mientras que el partido de Magdalena conforma la demarcación sudeste (Berisso, 2016). Se encuentra a una distancia aproximada de 70 Km. de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA).

Su origen no es portuario como el de su vecina Ensenada, ni religioso como el de Magdalena o político como el de La Plata, si no que la ciudad nace como resultado de una localización industrial. El hito fundacional de Berisso fue el 24 de junio de 1871, día en que don Juan Berisso, inicia las obras del saladero San Juan. A partir de ese año la escasa población comenzó a nuclearse en torno a los primeros establecimientos fabriles tales como saladeros (San Juan y San Luis) y más adelante, en 1915, los frigoríficos (Swift y Armour). Con la creación del Puerto de La Plata, en 1989, se generó un clima de progreso e interés por las tierras que fueron ocupándose paulatinamente de trabajadores con sus familias, no solo de las regiones cercanas y diferentes puntos del país, sino también inmigrantes de todas partes del mundo que llegaban en barcos al puerto. En los años venideros se instalarían los Astilleros Río Santiago, la Destilería YPF y la Hilandería (Berisso, 2016).

Un factor destacado en la historia de la ciudad, es la influencia de inmigrantes, principalmente europeos, que llegaron escapando de la Primera Guerra Mundial al país en busca de trabajo y progreso. Fueron una base importante para la gestión del paisaje urbano debido a la multiplicidad de culturas que convivían en un solo lugar. La calle Nueva York (calle que conduce al puerto y lindera a la Hilandería, Usina eléctrica y frigoríficos) fue la más cosmopolita de la época, se decía que era la Babel de América por la cantidad de idiomas que se podía escuchar (Calle Nueva York, s.f).

Era imposible dejar atrás el pasado, olvidar las costumbres o los familiares que quedaron en su tierra natal, es por eso que movilizados por la necesidad de mantener sus tradiciones y prestarse ayuda mutua entre paisanos, se reunieron dando origen a la fundación de diversos clubs o entidades donde poder expresarse (H. Cámara de Diputados de la Nación. 2012)

Toda esta activa presencia extranjera da lugar a la formación de la Federación de Entidades Extranjeras que desde 1976 organiza la Fiesta del Inmigrante con la presencia de 20 colectividades y artesanos locales, la cual atrae a un gran número de visitantes. Tanta actividad determinó que las autoridades de la provincia le designaran a Berisso el título de "Capital Provincial del Inmigrante" por decreto en 1978 (Fiesta Provincial del Inmigrante, s.f).

En el año 1945 encabezado por Cipriano Reyes, comienzan a marchar desde la Calle Nueva York los primeros manifestantes trabajadores de los frigoríficos peronistas hacia Plaza de Mayo en busca de la liberación de Juan Domingo Perón. Por este acontecimiento histórico ocurrido en el país es que se conoce a la ciudad como "La cuna del peronismo militante" (Calle Nueva York, s.f).

Dejando de lado los hechos históricos ocurridos en la ciudad, el paisaje natural de Berisso tiene mucho que ofrecer: 20 km de costa, ríos y arroyos que forman un Delta con eje sobre el Río Santiago y un ambiente de monte ribereño de naturaleza exuberante con la Isla Paulino como cabecera, donde se establecen actividades recreativas, náuticas y de producción de frutales, vinos y flores (Brugaletta et.al, 2011).

La ciudad cuenta con todos los servicios indispensables: agua corriente, cloacas, luz eléctrica, gas natural domiciliario, Bomberos voluntarios, Hospital público, servicios administrativos y de seguridad. La actividad económica de la región se basa principalmente en el sector industrial, la incidencia del sector terciario en la economía es del 54% (servicios 21%, comercio minorista 21% y comercio mayorista 12%). El sector primario es casi inexistente, teniendo en cuenta que solo representa el 3% del total, sin embargo está en auge la actividad vitivinícola en la ciudad, con la Fiesta del Vino como mayor exponente (Brugaletta et.al, 2011).

En materia de educación se verifica la presencia de establecimientos pre-escolares, primarios, secundarios, y técnicos. Posee también una variedad de comercios e industrias, instituciones y entidades bancarias, bibliotecas, museos, lugares de interés histórico y turístico, hostels, restaurantes y un conjunto de clubes que cumplen con las actividades deportivas y de recreación.

Desde hace algún tiempo, desde el municipio se está intentando dar inicio a una nueva actividad: la turística. Si bien la ciudad cuenta con playas y fiestas puntuales que atraen a turistas y recreacionistas, la municipalidad está dándole mayor importancia a la actividad con la creación de la Oficina de información turística ubicada en la entrada de la calle principal. También se están haciendo esfuerzos por parte de distintas instituciones para dicho desenvolvimiento. Todavía queda mucho por hacer ya que la el sector no tiene autonomía propia dentro del entramado administrativo sino que depende de la Secretaria de Producción

En el siguiente capítulo se realizará una descripción de la situación actual de la oferta turística del Partido de Berisso.

Se entiende como oferta el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados directamente en la actividad turística, puestos a disposición de los turistas para su consumo y disfrute.

A su vez se ha complementado esta información con descripción de la superestructura con el fin de dar a conocer las organizaciones de los sectores públicos y privados involucrados en la actividad, así como también la gestión turística del municipio.

La sistematización de la información sobre la oferta turística se ha realizado en base al modelo FAS (Factores, Atractores y Sistema de soporte) que impulsa la OMT.

Los componentes del modelo FAS: los **factores** (recursos) son aquellas condiciones de base del destino constituidos por los bienes de su patrimonio natural y cultural; los recursos de capital y humano (determinantes en la competitividad de los mismos). En cambio los **atractores** son los factores con gestión turística efectivamente realizada, es decir, los recursos puestos en valor y que se encuentran actualmente en el mercado y que incluso individualmente o con otros elementos del destino pueden llegar a generar productos turísticos capaces de motivar el desplazamiento de turistas o recreacionistas para el conocimiento, experimentación y visita.

Los **sistemas de soporte** están integrados por aquellas variables destinadas a atender las necesidades de los turistas, facilitar su viaje y su estadía en el destino. Para su mejor comprensión se dividió en 3 (tres): alojamiento y restauración, servicios de apoyo e infraestructura.

### 3.1) Factores y atractores del Partido de Berisso

Categoría	Factor / Atractor	Descripción
<b>N A T U R A L</b>	<b>BALNEARIOS</b>	<b>Palo Blanco</b> Es el sector de playa más próximo a la ciudad. La costa se encuentra muy erosionada, con poco espacio para la permanencia. Es una de las playas más concurrida por su proximidad y su fácil acceso, son 3 km de camino de ripio en el cual se puede apreciar el paisaje característico del monte costero, cultivos de vid y ciruela.
		<b>Bagliardi</b> A pocas cuadras de la terminal de ómnibus de la Línea 202, se encuentra la calle de acceso a la playa la cual esta asfaltada, lo que hace muy sencillo su tránsito además dicho camino se encuentra flanqueado por un arroyo. Del otro lado del mismo se pueden apreciar las quintas vecinas, plantaciones de cañas, ciruela y uvas.
		<b>Municipal</b> A 15 kilómetros del centro por Av. Montevideo (Ruta Provincial 15) se encuentra la entrada que conduce al balneario. En esta zona la costa se muestra muy erosionada por la acción del río. El predio no cuenta con la infraestructura necesaria para su estancia: hay una garita de guarda-vida aunque un cartel en la entrada advierte que esta prohibido el baño por falta del mismo y una construcción de sanitarios en muy mal estado.
		<b>La Balandra</b> A 18 kilómetros del centro de la ciudad, y casi en el límite con el partido de Magdalena, se encuentra el camino de acceso a la playa La Balandra. Es la playa más amplia del distrito, con 1500 metros de extensión. Durante el verano se puede acampar libremente en el predio además numerosos artesanos, comerciantes y vendedores ambulantes instalan sus puestos en el lugar, siendo esta la playa más concurrida de la ciudad.
<b>R A L</b>	<b>DELTA Y ARROYOS</b>	<p>La particularidad natural más sobresaliente de Berisso es a la vez su recurso máspreciado y promisorio desde la perspectiva turística. Se trata del pequeño sistema deltaico que conforma adyacente al Río de la Plata, el Río Santiago y unos cuantos arroyos que tributan a este último. Declarado Paisaje Protegido éste sistema hídrico recorre lo que se conoce como monte costero, tierras bajas e inundables de origen aluvional, muy fértiles y de abundante vegetación, donde se afincan muy pocos habitantes, de los cuales la mayor parte son quinteros y productores de madera, vid americana, caña, mimbre, miel, frutas y algunas hortalizas. Actualmente, el delta se está revalorizando a través de paseos fluviales y presenta excelentes condiciones para la práctica de deportes náuticos.</p> <p>En cuanto a los arroyos existe un número importante de ellos en el territorio costero berissense, muchos de los cuales forman parte del sistema deltaico y otros desaguan directamente al Río de La Plata hacia el Este del partido. El más importante es el arroyo El Pescado</p>
	<b>ISLA PAULINO</b>	<p>Las construcciones en la isla se distribuyen en dos zonas: una alrededor del desembarcadero, en la que se agrupan recreos, comercios y viviendas. La otra se extiende a lo largo del canal de acceso al puerto y en ella se alinean las casa-quintas. Entre los escasos pobladores (alrededor de 30 en la actualidad), se ha mantenido un modo de vida rural caracterizado por el cultivo de huertas y la explotación de viñedos, favorecido por el relativo aislamiento de la zona. El transporte utilizado para llegar son dos lanchas, que se turnan los días de salida, una con capacidad para ochenta pasajeros y la otra para menos de cuarenta. Las salidas se realizan desde el embarcadero en el centro de la ciudad.</p>



<b>CULTURAL</b>	<b>PATRIMONIO URBANO Y ARQUITECTÓNICO</b>	<b>Lugar histórico nacional Calle Nueva York</b>	<p>Constituye un sitio histórico de intensa memoria urbana, testimonio y símbolo de hechos que signaron la historia de la ciudad de Berisso: la inmigración, los frigoríficos y el puerto.</p> <p>Próxima a lo que fueran los dos importantes frigoríficos Armour y Swift, durante las primeras décadas del siglo XX fue sinónimo de ambiente portuario. A los inquilinatos y casas de pensión se agregaban restaurantes, cafés, casas de juego clandestino, prostíbulos y numerosos comercios. El ambiente cosmopolita del lugar, simbolizado por los marineros que desembarcaban en el puerto, tuvo su simiente en los inmigrantes de las más diversas nacionalidades que llegaron a Berisso y que, según lo que cuentan las historias, hicieron en aquella ciudad de principios de siglo una babel empedrada en la que se escuchaban mil y una lenguas.</p> <p>Escenario de luchas obreras, fue protagonista de la movilización popular producida el 17 de octubre de 1945, cuando más de 10.000 trabajadores de los frigoríficos, liderados por Cipriano Reyes, partieron desde esta calle para pedir la liberación de Juan D. Perón y así producir la jornada político social más significativa del siglo XX en la Argentina. Por este hecho histórico es que la ciudad es conocida como “La cuna del peronismo”.</p> <p>En la actualidad viven alrededor de 4.000 personas en el barrio y solo queda el recuerdo del esplendor de ésta calle. De la revalorización prometida solo se hizo el readoquinado y la reapertura de la Escuela nº 9. La mayoría de las construcciones están tomadas por los vecinos.</p>
		<b>IGLESIAS</b>	<p>La ciudad cuenta con un patrimonio arquitectónico religioso muy importante. Debido a la cantidad de inmigrantes que recibió la ciudad se fueron construyendo templos que evocan a la creencia de cada nación. Entre las principales se pueden nombrar: Iglesia María Auxiliadora, patrona de la ciudad cuya; Iglesia Ortodoxa Griega, Iglesia Luterana, Iglesia Ortodoxa Ucraniana, Iglesia Hermanas Canossianas, Iglesia San Francisco de Asís.</p>
	<b>PATRIMONIO INMATERIAL</b>	<b>FIESTA PROVINCIAL DEL INMIGRANTE</b>	<p>Durante el mes de Septiembre se lleva a cabo esta fiesta representativa de la ciudad. Comenzó a realizarse en 1976 con el apoyo de de la Asociación de de Entidades Extranjeras y dos años después la ciudad fue nombrada Capital Provincial del Inmigrante. Durante los festejos se realizan torneos deportivos, desembarco simbólico, funciones de teatro, conciertos, conferencias, exposiciones, espectáculos musicales y de danzas centradas en una enorme carpa, además, se pueden degustar las comidas nacionales de cada país preparadas por los integrantes de las distintas colectividades que las sirven vestidos con sus trajes típicos.</p>
		<b>FIESTA DEL VINO DE LA COSTA</b>	<p>Desde el año 2004 se lleva a cabo esta fiesta organizada por la Municipalidad de Berisso, la Cooperativa de la Costa de Berisso y el Departamento de Desarrollo Rural de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la Universidad Nacional de La Plata. La actividad del cultivo de vid americana y elaboración artesanal de vinos tiene una larga tradición local de casi cien años. La recuperación productiva y cultural de este fenómeno, ocurrida desde hace pocos años, tuvo como una de sus manifestaciones la aparición de esta Fiesta, que está ligada a la celebración anual de la llegada del nuevo vino. Además participan artesanos de toda la ciudad.</p>

		<b>FIESTA DE LOS PROVINCIA-NOS</b>	Los festejos comienzan con la procesión de Vírgenes y Santos Patronos de cada provincia del país. Se entona el Himno Nacional Argentino y se baila el Pericón nacional. Es una fiesta de celebración a la tradición Argentina. Durante los días que dura el festejo hay muestras de baile, músicos en vivo y una gran cantidad de puestos con artesanías y expresiones culturales de cada una de las provincias. Obviamente no pueden faltar los puestos de comida típica como asado, empanadas, pastelitos, etc.
		<b>FIESTA Y CONCURSO DE PESCA DE PEJERREY</b>	En los meses de temperaturas más bajas, desde que llega el otoño hasta que prácticamente se retira la primavera, las costas locales se transforman en un muy buen lugar para la pesca del pejerrey. Bajo estas condiciones en nuestra ciudad se realiza desde 2001 en la Playa La Balandra la Fiesta del Pejerrey, que convoca a aficionados de la pesca de todo el país.
		<b>FIESTA PROVINCIAL DE LA CORVINA DORADA</b>	Entre los meses de septiembre y octubre las aguas locales del Río de La Plata se convierten en un lugar ideal para la pesca de la Corvina Rubia. Al igual que con la Fiesta del Pejerrey llegan a la ciudad pescadores de varios puntos del país.
	<b>M</b>	<b>SEDE DE LAS COLEC-TIVIDADES</b>	Las colectividades extranjeras representan un recurso humano y cultural de gran importancia. En cada una de las sedes se realizan gran cantidad de fiestas. Las comidas típicas son uno de los mayores recursos que estas instituciones posee
	<b>S</b>	<b>Museo de Historia Natural</b>	En 1986 el naturalista y escritor local Juan Klimaitis donó al municipio su colección particular de 180 especies de aves, recolectada en la zona con el fin de crear un espacio de visitas para el público. A través de los años esta colección ha ido creciendo y se ha ampliado la temática incorporando a los ambientes naturales de la región. En la actualidad se realizan exposiciones y charlas, visitas guiadas por el Delta berissense y recorridas por la zona de monte para el avistado de la fauna (especialmente aves) y flora autóctona.
	<b>O</b>	<b>Museo de La Soda</b>	Es un museo privado cuya finalidad es mostrar al público sifones, máquinas y otras piezas relacionadas a la historia del desarrollo de la industria de la Soda. Fue declarado de Interés Municipal por el Honorable Consejo de Deliberantes de la ciudad
		<b>Museo de la Calle Nueva York</b>	Este es un museo de reciente formación y aún incipiente colección. Su creación data del año 2000, cuando los alumnos de la EPB N° 9, ubicada sobre la calle Nueva York, se propusieron junto a toda la comunidad escolar recuperar la historia de este barrio histórico, creando un museo que exhibiera documentos ligados a la memoria local..
		<b>Museo Histórico 1871</b>	Fundado en 1999 es un emprendimiento privado del fotógrafo e historiador Guruciaga. El Museo cuenta con un archivo de más 30.000 fotografías referidas a la ciudad, desde su fundación hasta la actualidad y cubre todas sus actividades, como las industriales, civiles, culturales y deportivas. La biblioteca cuenta con más de 600 ejemplares de libros. La parte museológica tiene cenefas, cornisas, puertas, zaguanes, balcones, cocinas, radios, discos, cocinas y todo tipo de elementos que pertenecieron a la ciudad. Actualmente se encuentra ubicado en el edificio de la toma de agua donado al municipio por la empresa ABSA.

En cuanto a las actividades que se pueden realizar se destaca la **pesca deportiva** que en Berisso tiene un importante desarrollo. Actualmente existen al menos 13 idóneos en el tema, habilitados por la municipalidad, que prestan servicios de guía para pesca desde embarcaciones. Entre las especies que se pueden encontrar se destacan: bagres, pejerrey, corvinas y bogas. En algunos casos esta actividad se complementa con paseos náuticos por la zona del delta o visitas a la Isla Paulino. La pesca se puede practicar todo el año a diferencia de otros lugares donde la misma es estacional.

La **observación de fauna y flora** es otra de las actividades que se pueden disfrutar en los múltiples ecosistemas que tiene el partido. Los principales safaris fotográficos se realizan en la ribera del Río de La Plata y la selva marginal. Es posible observar aves como la garza mora, garza blanca, gaviotas, Martín Pescador y otras 70 especies de aves que habitan la zona. El inconveniente con esta actividad es que no hay guías especializadas que brinden el servicio, las salidas no tienen continuidad y están a cargo del director del Museo de Historia.

Otra de las modalidades de turismo que se puede practicar en la ciudad es el **turismo de aventura**; el visitante puede practicar trekking y bicicleta por la zona del terraplén que bordea gran parte de la costa y se interna en el monte ribereño; deportes náuticos como navegación, paseos en kayak, windsurf, sky, paddle surf, motonáutica, etc.

Se puede disfrutar del **turismo rural** a través del Camino del Vino, un recorrido por las quintas y bodegas de productores vinícolas para disfrutar de degustaciones del vino de la costa y comprar este y otros productos artesanales.

### 3.2) Planta turística o sistema de soporte

Se consideran como parte de este segmento a los establecimientos de alojamiento, restauración y servicios de apoyo

A continuación se describe el número, tipo y características principales de los servicios turísticos que se encuentran en el destino. Para ello se ha realizado una encuesta a los prestadores de servicios identificados.

#### a) Oferta gastronómica

La ciudad de Berisso cuenta con varios establecimientos gastronómicos, desde parrillas y restaurantes hasta locales de comida al paso.

A continuación se presenta la matriz descriptiva del subsector y posteriormente un análisis de los resultados obtenidos a través de encuestas que se le realizó a los prestadores de servicios gastronómicos.

Nombre del establecimiento	Tipo	Capacidad (cubiertos)	Comensales promedio (por mes)	Precio menú promedio (por persona)	Cantidad de empleados	Antigüedad	Estacionalidad
La Bajadita	comida al paso	40	600	100	2	más de 5 años	vacaciones de verano
La Esquina	comida al paso	-	100 por día	100	6	más de 10 años	vacaciones de verano

La nueva esquina	comida al paso	30	100 por día	125	4	menos de 1 año	vacaciones de verano
Patio Cívico	restaurante	120	700	200	10	más de 10 años	vacaciones de invierno
La Isla	parrilla	100	800	300	10	más de 10 años	fin de semana
El chaparral	parrilla y restaurante	12	1000	300	5	entre 1 y 2 años	vacaciones de invierno
Vieja rambla	parrilla	70	70	200	6	Entre 3 y 5 años	Vacaciones de verano
Raíces	restó-bar	50	300	200	7	entre 3 y 5 años	fin de semana
Avenida pinta	cervecería	30	100	150	5	menos de 1 año	fin de semana
Sabat	pizzería	50	600	100	5	más de 10 años	vacaciones de verano

Lo primero que se puede inferir en el análisis de los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los proveedores y el relevamiento de campo, es la poca diversidad y calidad de los servicios gastronómicos y la distribución centralizada de los mismos.

La mayoría de los establecimientos se encuentran ubicados en la avenida principal de la ciudad, en la zona comercial, a pocos metros uno de otros, con excepción de la parrilla La Isla que está ubicada en la calle 122 en la zona limítrofe con la ciudad de La Plata.

El 40% de los locales encuestados tienen más de 10 años funcionando en la ciudad.

Un caso destacable es el del Bar Raíces, inaugurado en 1918 y conocido como el bar inglés Dawson nombre dado por su fundador, ubicado en la histórica Calle Nueva York. Además de poder disfrutar una cena y una cerveza artesanal, es el único lugar de la ciudad que actualmente realiza desde recitales de *rock and roll* hasta folklore y eventos culturales como muestras fotográficas. Ha sido un resurgimiento en el mítico barrio logrando ser un lugar de encuentro para toda la comunidad local.

Respecto a la estacionalidad a la que se enfrenta el subsector el 50% estuvo de acuerdo en que la época de mayor demanda son las vacaciones de verano (de Noviembre a Marzo). Una excepción es el restaurante Patio cívico donde su mayor ocupación se centra en las vacaciones de invierno ya que es un lugar familiar y punto de encuentro de niños en edad escolar.

Es destacable que el 70% de los establecimientos gastronómicos son empresas familiares y si bien tiene empleados ajenos a la familia todos son atendidos por sus propios dueños.

Una debilidad en el sector es la poca capacidad de comensales de los locales ya que la mayoría de los lugares son de comida al paso y no espacios familiares. Además no

se ha encontrado en los menús una oferta significativa de comidas típicas de las colectividades inmigrantes, lo cual podría ser un recurso potencial para atraer diferentes sectores del mercado, turistas a la ciudad y trabajo a cocineros expertos en diferentes platos típicos.

b) **Oferta de alojamiento**

Del relevamiento realizado en la localidad de Berisso, el sector hotelero es el área más deficiente en la oferta turística.

Nombre del establecimiento	Tipo	Nro de plazas	Precio promedio (noche)	Ocupación media	Estacion - nidad	Servicios
<b>Río de Enero</b>	hostel	25	250	2 noches	abril- octubre	Desayuno, cocina, wifi, sala de reuniones, servicio de lavandería, información turística.
<b>Campo de recreación y deportes del sindicato de trabajadores municipales</b>	camping	10 carpas	-	-		Sanitarios, fogones y proveeduría. 2 quinchos, piscina, cancha de deportes. Sala de primeros auxilios, electricidad y agua potable.
<b>Camping de la línea 202</b>	camping	20 carpas				Fogones, mesas al aire libre, quincho y vestuarios con duchas.
<b>Club de pesca La Terraza</b>	camping	30 carpas				Parrillas, proveeduría, quincho, instalaciones sanitarias, electricidad y agua potable.
<b>Entre duendes y hortensias</b>	camping	25 carpas y 3 cuartos	150			Servicio de comidas, proveeduría, fogones y energía eléctrica. Alquiler de carpas
<b>Paraíso perdido</b>	camping	20carpas	200 p/4 personas			baños con duchas, buffet, almacén, parrillas, luz y servicio de wi-fi
	cabañas	4	150 x persona			

La ciudad cuenta solo con un hostel **Río de Enero** de 25 plazas. La estancia promedio es de 2 noches y los momentos de mayor ocupación ocurren entre los meses de Abril a Octubre. No tienen información útil sobre el perfil de los huéspedes que allí se alojan, por lo cual no apuntan a un segmento del mercado específico.

No tienen una política de promoción directa y pocos habitantes de Berisso conocen de la existencia de dicho establecimiento, por lo que dentro de la ciudad no generan recomendaciones a posibles turistas para que se alojen allí.

En cuanto a los servicios brindados se destacan: la cocina comunitaria, la existencia de una sala de reuniones, el servicio de wi-fi gratuito, el servicio de lavandería y el

desayuno incluido. La infraestructura es muy interesante ya que se trata de una casona vieja de madera y chapa típica del paisaje urbano de Berisso, que fue restaurada para convertirse en hostel.

El partido de Berisso cuenta con varios camping que brindan el servicio de acampe; al momento de intentar realizar la encuesta de relevamiento no se pudo hacer por cuestiones de voluntad por parte de sus propietarios y/o encargados. Por lo que la información aquí compartida fue obtenida de registros municipales.

En relación a este sistema de alojamiento se pueden distinguir dos zonas: la zona de la Isla Paulino y la otra la zona rural y de playas.

El **Campo de recreación y deportes del sindicato de trabajadores municipales** se ubica en la calle xxxx a 150 mts de la ruta 15. Los usuarios del servicio de camping son principalmente los afiliados al sindicato, familiares e invitados. El predio posee una superficie de 3 (tres) hectáreas y la zona de acampe cuenta con parcelas para 10 carpas y estacionamiento. Tiene una infraestructura básica en buen estado de sanitarios, fogones y proveeduría; además 2 (dos) quinchos: uno cerrado con capacidad para 120 personas equipado con parrilla, freezer y cocina; y el otro abierto con capacidad para 50 personas. Para la práctica de deportes ofrece canchas de fútbol, voley, tejo y pileta de natación.

El **Camping de la línea 202** se encuentra en la calle xxxx cercano a la ruta 15. los principales usuarios son los chóferes de la línea de ómnibus y su familia o allegados. Tiene una superficie de 2,2 hectáreas y la mitad es utilizada como zona de acampe. El predio cuenta con fogones individuales, 30 mesas al aire libre y quincho para 200 personas.

Por último en el acceso al balneario La Balandra se ubica el **Club de pesca La Terraza**. El predio posee una superficie de 2 hectáreas destinadas a la ubicación de carpas y casillas rodantes; además tiene estacionamiento para 60 vehículos. Entre los servicios que ofrece se distinguen las parrillas, la proveeduría, el quincho, instalaciones sanitarias, electricidad y agua potable.

**Entre duendes y hortensias (Don Santos)** está ubicado a 200 mts del embarcadero de la Isla Paulino. Tiene espacio para 25 carpas y alquilan 3 habitaciones (símil cabañas) para los visitantes. Entre los servicios que brinda se destacan el alquiler de carpas, servicios de comidas, proveeduría, fogones, canchas de voley y basket; además ofrece visitas guiadas por la isla. El predio se distingue por su atractiva edificación (madera sobre pilotes). En el predio no hay agua potable, solo para higiene pero no para consumo.

Por último otro de los campings que se encuentran en la Isla Paulina es **Paraíso perdido**, posee alojamiento para 20 carpas y alquilan habitaciones para hasta 4 personas. La infraestructura es bastante buena, tiene baños con duchas, buffet, almacén, parrillas y luz con generador hasta las 00:00 hs. También brindan wi-fi, pero dicho servicio se cobra.

#### c) **Servicios de apoyo**

Los servicios de apoyo tales como agencias de viaje, oficinas de información turística, tour operadores, alquileres de autos, etc son aquellas empresas que tienen como función facilitar el contacto y estadía del turista con el destino.

Nombre del establecimiento	Tipo	Brinda información turística de la ciudad
En algún lugar	agencia de viajes	no
Berisso viaja	agencia de viajes	no
La plata turismo	agencia de viajes	no
Oficina de turismo	oficina de información	si

Según los datos relevados, la ciudad de Berisso cuenta con 3 (tres) agencias de viaje de turismo emisor. Solo 2 (dos) de ellas “En algún lugar” y “Berisso viaja” han aceptado responder la encuesta realizada.

La primera tiene más de 5 años operando en la ciudad mientras que la segunda hace menos de 1 año. Son atendidas por sus propios dueños.

Un aspecto importante a destacar es que ninguna brinda información de los atractivos turísticos de la ciudad ni conoce si hay productos o circuitos que ofrecer en la localidad. Por otro lado tampoco han recibido pedidos de información de personas no residentes para conocer Berisso.

La oficina de información turística, ubicada en la intersección de las avenidas principales Génova y Montevideo, funciona hace más de 5 años, emplea a 9 personas y es dependiente de la municipalidad de Berisso.

Según lo contestado brindan información turística tanto a residentes como turistas. La mayoría de las consultas son relacionadas a la Isla Paulino (horarios de salida de la lancha, actividades para realizar allí, lugares para almorzar, etc.) y a la Fiesta del Inmigrante.

### 3.3) Infraestructura

La infraestructura es el conjunto de servicios e instalaciones con los que cuenta una ciudad para poder lograr su desarrollo y mantener su estructura social y productiva.

A continuación se presenta un cuadro explicativo con la infraestructura del partido de Berisso y luego un análisis descriptivo del mismo:

Categoría	Tipo	Subtipo	Característica
<b>Servicios básicos</b>	Red de electricidad		El servicio de electricidad es brindado por la empresa EDELAP en la totalidad del territorio.
	Red de agua		Red de agua potable a cargo de la empresa ABSA

	Red de Gas		Camuzzi Gas Pampeano, la zona rural de Los Talas no cuenta con este servicio.
	Recolección de residuos		A cargo de la secretaria de Obras y Servicios públicos
<b>Transporte y accesibilidad</b>	Terrestre	Vías de acceso	Rutas provinciales 10, 11 y 15. Calle 66. Todas están asfaltadas pero tienen tramos en muy mal estado.
		Servicio de transporte	Cuenta con dos líneas de ómnibus provinciales 202 y 214 que unen la ciudad con La Plata y Ensenada. Además cuenta con 3 empresas de radio taxi.
		Terminal de ómnibus	La empresa de colectivos 202 tiene su terminal en la ciudad.
	Fluvial	Servicio	El servicio fluvial se realiza a través de dos lanchas con capacidad para 80 y 40 pasajeros. Estas unen la ciudad con la Isla Paulino y parten del embarcadero que se encuentra en la calle Génova y Montevideo.
<b>Comunicaciones</b>	Correo		Se encuentra en la ciudad una sucursal y una casilla postal del Correo Argentino y una sucursal del Correo Oca
	Telefónica		Servicio único de Telefónica Argentina
	Internet		Servicios de Speedy, Fibertel, Horus y Berisso conectado. Wi-Fi gratuito en el área céntrica del Parque Cívico.
	Medios radiales		FM Berisso 88.5 Radio Fénix 94.1 FM Continente 95.1 Radio B 96.1 FM Difusión 98.1 FM Sur105.1 FM ST 106.1
	Televisión		SOMOS Berisso, La Plata y Ensenada es el canal local de la región. Hay una plataforma online <a href="http://www.berisso.tv">www.berisso.tv</a> . Entre los Proveedores de servicios de cable se encuentran Direc TV y Cablevisión.



	Diarios	Medios gráficos	Semanario el Mundo de Berisso Hola Berisso
		Portales online de noticias	Berisso Ciudad Berisso Noticias Portada Urbana Infobe Noticias
Salud	Hospitales	Público	Hospital Dr. Mario Larrain. Centro de prevención de adicciones Dispensario municipal Tetamanti.
		Privado	Clínica Mosconi Instituto médico argentino de Berisso EMEBER emergencias médicas
	Unidades Sanitarias		Berisso cuenta con varias unidades sanitarias distribuidas en todo el territorio: 16, 17, 18, 19, 35, 41, 42, 43 y 44
Otros servicios	Policía		La ciudad cuenta con una Jefatura de Policía Distrital y 5 comisarías incluyendo una comisaría para la mujer.
	Bomberos		Bomberos voluntarios: un cuartel central y un destacamento en Villa Zula
	Defensa civil		La localidad posee una base de operaciones de defensa civil.

De acuerdo a la información relevada sobre la infraestructura local, se puede afirmar que los servicios básicos están cubiertos de manera satisfactoria, sin embargo en la región rural algunos son bastante ineficientes.

Respecto de la red de electricidad, el servicio es brindado por la empresa Edelap en la totalidad del territorio, excepto otra vez en la Isla Paulino donde los vecinos no cuentan con dicho servicio. El servicio de gas está a cargo del Camuzzi Gas Pampeano, éste no llega a la zona rural (Los Talas e Isla Paulino) por lo que los vecinos de esa zona deben abastecerse con garrafas.

El servicio de agua potable es suministrado por ABSA y sucede algo similar que con el gas, la red de agua potable no llega a Los Talas e Isla Paulino por lo que la municipalidad se encarga de suministrar llenando los tanques de las casa de familia, dicho servicio se paga en la delegación y los camiones van a las casa y cargan.

Esto es un problema para los campings ya que no pueden brindar servicio de agua potable.

Por último, la recolección de residuos funciona de manera eficiente de lunes a sábados con diferentes horarios para cada zona de la ciudad. Dicho servicio depende de la Secretaria de obras y servicios públicos. Se debe mencionar que aún no se cuenta con una política de reciclaje de residuos ni una planta de tratamiento, la basura recolectada es llevada al CEAMSE.

En materia de transporte las rutas de acceso al Partido de Berisso se encuentran pavimentadas, pero no en muy buen estado.

La ciudad está delimitada por la Ruta Provincial 11 que la une con la vecina Magdalena. La Ruta Provincial 15, que está pavimentada y este año fue emparchada todavía se encuentra en muy mal estado en gran parte de su recorrido, se convierte en la calle Montevideo, avenida principal de la localidad. La Ruta Provincial 10 y la avenida Juan D. Perón son las entradas principales desde la ciudad de La Plata, a ésta última le falta luminaria en gran parte de su trayecto y la infraestructura necesaria, como banquina y guardarrail, para hacer seguro su tránsito.

La localidad de Berisso cuenta con dos líneas de transporte público provinciales, ellos son las líneas 202 y 214 los que cuentan con diferentes recorridos dentro de la ciudad. La línea 202 vincula la localidad con la ciudad de La Plata y Ensenada mientras que la línea 214 solo lo hace con la ciudad de La Plata.

En los 22 km de costa que tiene la ciudad el transporte público hacia las playas no es permanente y solo un ramal viaja hacia el área rural. Dicho ramal no entra a los balnearios sino que deja a los pasajeros sobre la Ruta 15 a 2 km aproximadamente de la costa. La playa Balandra si cuenta con éste servicio.

El transporte fluvial hacia la Isla Paulino se realiza a través de dos lanchas con capacidad para 40 (cuarenta) y 80 (ochenta) pasajeros. Las mismas parten del embarcadero ubicado en el puente 3 de Abril en la intersección de las avenidas Génova y Montevideo y deja a los pasajeros en el muelle de la isla. La frecuencia del servicio varía según la época del año. Una deficiencia en el embarcadero es la falta de cartelera que informe sobre los horarios y tarifas de las lanchas.

Las comunicaciones en la ciudad son buenas. Existen dos correos: el Correo Argentino, central y casilla postal y otro de la empresa Oca. En telefonía existe una única opción brindada por Telefónica, la cual a su vez también provee de acceso a internet a través de su servicio de Speedy, otras opciones son Fibertel y de manera local están Horus y Berisso conecta. Cabe destacar que la municipalidad brinda wi-fi gratis en la zona céntrica.

En lo que respecta a los medios radiales, televisivos, gráficos y portales de noticias online, la ciudad cuenta con varios medios locales.

Las instituciones sanitarias no están en buen estado, se ha encontrado un hospital público de gran trayectoria y tamaño que en los últimos años ha tenido un descenso en la calidad del servicio, la falta de médicos y tecnología ha acentuado esta problemática. Sin embargo es el hospital al que acude la mayor parte de la población. Berisso cuenta con varias unidades sanitarias distribuidas a lo largo del territorio, también posee un centro de prevención de adicciones.

En cuanto a los servicios generales que son utilizados tanto por el turista y el residente, se puede observar que son óptimos, ya que la ciudad cuenta con

instituciones sanitarias, bancarias, de seguridad y eléctricas, suficientes para que el turista se sienta seguro al visitar la ciudad.

La mayor debilidad que se presenta en materia de infraestructura es el estado general de las calles. Si bien la mayor parte del casco urbano está asfaltado, dicho pavimento está en muy mal estado (baches, pozos, reductores de velocidad rotos, etc) a esto hay que sumarle las veredas rotas y la poca iluminación general que dan una percepción de abandono de la ciudad. Otro grave problema que afronta son las inundaciones cuando llueve haciendo intransitables muchas calles céntricas.

En lo que respecta a señalética es inexistente en la ciudad la señalización de los atractivos, un tema muy importante en materia turística. Si bien hay una oficina de información turística en el embarcadero, tendría que haber carteles que informen la ubicación de los atractivos que se pretenden posicionar ya que solo los residentes que saben de su existencia son los que lo aprovechan.

### **3.4) Superestructura**

La superestructura es entendida como el conjunto de organismos públicos y privados que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo, la podemos dividir en Organizaciones Gubernamentales y Organizaciones No Gubernamentales.

En casi todos los casos sus funciones específicas son: la promoción turística, el control de calidad de los servicios, la fijación y el control de precios, la planificación del desarrollo, el desarrollo del turismo social y, a veces, la construcción del equipamiento e instalaciones turísticas.

También se consideran las ordenanzas municipales, planes y programas que limiten o faciliten el desarrollo de la actividad turística en la localidad.

#### **a) Gestión municipal**

Para comenzar hablar de la gestión turística del municipio primero se debe determinar cuál es el grado de autonomía que tiene la política turística respecto a otras políticas públicas, para poder conocer cuál es la relevancia que el poder político le ha asignado al área turismo. Para esto se ha de tener en consideración algunos conceptos.

El poder político es quien define e implementa las políticas públicas en materia de turismo, economía, salud, etc. En las formas de gobierno democráticas, las políticas públicas son ejercidas por el Poder Ejecutivo y ejecutadas por órganos denominados ministerios que son los máximos órganos de representación institucional; en el caso de estudio al tratarse de una ciudad el Poder Ejecutivo esta representado por el Intendente y los órganos de representación institucional son las Secretarías. El actor de la política turística, en este caso el Secretario, es aquel que diseña, planifica e implementa la misma (área de gestión turismo) y resulta ser el instrumento a través del cual el poder político implementa la política pública del turismo.

La tendencia hacia la autonomía de la política turística respecto de otras políticas públicas puede ser visualizada en función de los siguientes indicadores:

1- rango administrativo: lo que conlleva a un aumento de los recursos presupuestarios y posibilidad de manejo autónomo de los recursos

2- tipo de dedicación al turismo: el grado de separación del área de gestión turística respecto a otras áreas de gestión. Podemos encontrar actores con dedicación exclusiva al turismo o bien actores adscriptos a otra área de gestión.

Éstos indicadores permiten determinar el grado de relevancia que el poder político le ha asignado al área de turismo, lo cual se traduce en mayores capacidades de poder delegadas por éste y consiguientemente un mayor grado de autonomía respecto de otras políticas públicas.

Volviendo al Partido de Berisso, se ha determinado que el grado de autonomía que goza el área de turismo respecto a otras políticas públicas es mínimo, para no decir nulo.

Respecto al nivel de representación institucional, el área de turismo esta incluida en la Secretaria de Hacienda y Producción esto supone mínimos recursos presupuestarios y baja probabilidad de manejo autónomo de los recursos. *(Ver entrevista a Leandro Magliano)*

Referente al tipo de dedicación al turismo el representante del área en la secretaría es un coordinador cuya figura es de carácter informal ya que no se encuentra oficializado en el organigrama. Este coordinador responde al secretario, que es el actor de la política turística y como se puede determinar el actor no tiene dedicación exclusiva al turismo.

Algunos de los objetivos de la Secretaría de producción son, entre otros, promover políticas de fomento de empleo en el sector privado; favorecer la generación, el crecimiento y el desarrollo de actividades económicas en el distrito, coordinar programas de trabajo, promover y apoyar la iniciativa de sectores productivos, etc.; dentro de todos estos objetivo esta el desarrollo turístico.

En una entrevista realizada a Leandro Magliano, coordinador del área en la gestión de gobierno anterior, ha indicado que *“El objetivo del departamento era gestionar y mantener la infraestructura necesaria que se precisa para albergar visitantes en la ciudad (...)”* y *“(...) generar empleo a través de los productores, artesanos y microemprendedores. Si esto genera flujo turístico se aprovecha.”* también llevaban acabo acciones de promoción en ferias provinciales e internacionales (Feria de Buenos Aires y FIT) y reuniones de coordinación con la Cámara Turística Regional del Gran La Plata y la Cámara de Gastronómicos.

En referencia a normas u ordenanzas municipales que regulen la actividad turística en la ciudad no hay una legislación vigente. Según Magliano *“a los proveedores de servicios de tours de pesca no se les cobra canon por utilización de espejo de agua, ni por amarre y no pagan ningún impuesto. Se intentó legislar pero hubo problemas.”*

Hay una ordenanza del año 2005 (Ordenanza municipal 2759) que establece la generación de un catálogo que reúna las construcciones que poseen un valor histórico y edilicio; y que en dichas construcciones se las proteja y se lleven a cabo acciones de conservación, preservación, puesta en valor, revalorización, restauración, rehabilitación, reciclaje, refuncionalización y reintegración según corresponda a cada edificación.

El Partido de Berisso si ha sido objeto de decretos nacionales y provinciales: en el año 2005 se decreto a la Calle Nueva York Lugar Histórico Nacional (Decreto Presidencial N° 735) por su valor histórico, cultural, arquitectónico y ambiental.

En tanto, el poder legislativo provincial declaró en el año 1999, por ley (Ley provincial 12.247) Paisaje Protegido de Interés Provincial a la cuenca del Arroyo El Pescado por considerarlo un recurso hídrico libre de contaminación y para proteger la integridad del paisaje de su área de influencia, manteniendo sus condiciones naturales actuales. Y en el año 2001 se declaró Paisaje Protegido de Interés Provincial para el desarrollo ecoturístico, a la zona que se denominará Monte Ribereño Isla Paulino, Isla Santiago (Ley provincial 12756)

Por último, en lo que respecta a planes, programas y proyectos turísticos no se han encontrado documentos que demuestren una planificación turística actual. En el año 2005 se realizó un diagnóstico sobre el sector productivo (no primario) y un estudio sobre el potencial turístico de Berisso en el marco de un Plan Estratégico de Desarrollo para la ciudad.

b) **Cámara de Turismo de Berisso**

Tiene como función reunir y representar a los actores privados del área turística además de en algunas ocasiones brindar el servicio de guía y recorrido por el Delta. Además participa en la promoción de la ciudad asistiendo a ferias y eventos.

---

# **CAPITULO 4**

# **DEMANDA**

---

En el capítulo anterior se ha descripto la oferta turística actual del territorio analizado; a continuación se hará una descripción de la demanda real y potencial de la ciudad de Berisso como destino y por último un análisis de las percepciones que la comunidad local tiene de la actividad turística.

Para comenzar se dirá que se entiende como demanda turística el conjunto de consumidores, reales y potenciales, de servicios turísticos. La demanda real está dada por el número de personas que actualmente participan en la actividad turística, es decir que efectivamente están consumiendo bienes y servicios turísticos en un destino. En cambio la demanda potencial está conformada por aquellas personas que aún no han sido captadas por el destino.

Para lograr el análisis de la demanda real del destino se considerará la información primaria obtenida mediante entrevistas a prestadores de servicios locales y actores claves y para obtener datos de la demanda potencial se realizó una serie de encuestas a personas que no pertenezcan a la ciudad de Berisso para así poder conocer cuál es el grado de conocimiento e interés, si lo hubiera, del destino estudiado.

#### 4.1) Demanda real

Debido a la falta de información obtenida por parte de fuentes oficiales acerca de la demanda real actual del Partido de Berisso, se ha utilizado para éste análisis los datos surgidos en el diagnóstico integral que se había realizado sobre el sector productivo (no primario) en el año 2004 en el marco del Plan Estratégico de Desarrollo para la ciudad.

De acuerdo a la información obtenida en dicho diagnóstico los atractivos más visitados del destino fueron:

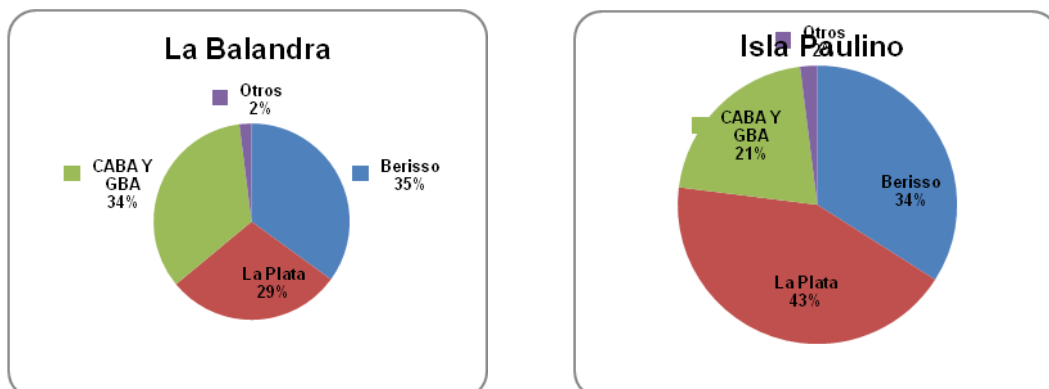


Cantidad de personas que han visitado los atractivos. Datos obtenidos sobre 100 encuestas realizadas en la ciudad de La Plata 2005. Fuente: La producción en Berisso. Aportes para la consolidación de un Plan de Desarrollo Local. 2005

La información aportada indica que la medición realizada durante la temporada 2004 (del 1º de Enero al 10 de Marzo) arrojó un resultado de 25.000 (veinticinco mil) visitantes en el balneario La Balandra, mientras que para la Isla Paulino se obtuvo una estimación de 10.000 (diez mil) personas para el mismo período evaluado.

En cuanto a la procedencia de los visitantes, existe similitud en el perfil de ambos balnearios. En el caso de La Balandra la mayor afluencia corresponde a la población local (35%) seguido de visitantes provenientes de Capital y Gran Bs As (34%). En la

Isla Paulino hay mayor incidencia de personas provenientes de la ciudad de La Plata (43%) seguido por los locales (34%) y una menor cantidad provenientes de Capital y Gran Bs As (21%).



Datos obtenidos de encuestas realizadas en el año 2004 en los atractivos señalados. Fuente: La producción en Berisso. Aportes para la consolidación de un Plan de Desarrollo Local. 2005

En el Delta del Río Santiago la demanda que caracteriza el recurso está dominada por el uso de actividades náuticas. Para ello existen 4 (cuatro) empresas privadas, que agrupan algo más de 300 (trescientas) embarcaciones, y brindan servicios de amarras y otros vinculados a los requerimientos de la actividad deportiva.

Esta cantidad significativa de propietarios de embarcaciones sería motivada por la diferencia de precios en comparación con otras localidades costeras de la provincia (por ejemplo Tigre) y la reducción de los tiempos de viaje originado en la mejora de la infraestructura vial regional y suprarregional.

En referencia a una de las actividades más importantes que se desarrollan en este sistema hídrico, la pesca deportiva los resultados arrojan que es una de las actividades con mayor desarrollo en la ciudad. Existen al menos 13 guías con habilitación para llevar a cabo los embarques, y según estos idóneos en el 2005 fueron 800 personas (con cada pescador) los que adquirieron estos servicios, con un alto grado de repetición. Respecto a la procedencia de este segmento la distribución es muy similar, gran parte es del interior de la provincia de Bs. As de ciudades como Tandil, Chascomús, Mercedes y también del Gran Buenos Aires. La demanda local es muy baja.

Con respecto a la Fiesta del Inmigrante, puede percibirse que durante el transcurso de los eventos principales (último fin de semana de su desarrollo) miles de personas se dan cita para participar de los mismos, siendo fundamentalmente de origen local y regional.

No obstante no ha sido posible conocer registros de concurrencia o encuestas a visitantes, ya que de acuerdo a lo manifestado por el vicepresidente de la Asociación de Entidades Extranjeras de Berisso, ni la entidad organizadora ni otros organismos cuentan con dicha información.

Por otro lado, tenemos que, de acuerdo a lo expuesto por los organizadores de la Fiesta del Vino, el evento logró reunir una cifra cercana a las 25.000 (veinticinco mil) personas en su segunda edición. En cuanto a la composición del origen de los visitantes, se verifica una participación muy significativa de personas no residentes de la ciudad, en su mayoría de La Plata y distintos puntos del Gran Buenos Aires.



Durante el evento se realizan, en forma gratuita, visitas guiadas a viñedos locales, donde en ese momento concurrieron 180 (ciento ochenta) personas, cupo máximo de asistentes debido a cuestiones vinculadas a la organización de las mismas. Se estima que se obtuvieron ganancias cercanas a los \$150.000.00 (ciento cincuenta mil pesos) en venta de productos por parte de los participantes (vinos, comida, artesanías y otros).

Debido al conocimiento y relevancia que han adquirido dichas fiestas, estos datos deben haberse multiplicado de un tiempo a esta parte. Sin embargo, son estimaciones personales ya que, repito, no hay datos oficiales y este informe fue tomado como base para realizar una proyección de la demanda actual.

Como último atractivo está la Calle Nueva York, declarada "Lugar Histórico Nacional". El sitio se caracteriza por su riqueza histórica aunque también por un significativo deterioro del ambiente urbano y la ausencia casi completa de infraestructura y servicios turísticos. Sin embargo, es habitual que se acerque cierta cantidad de visitantes espontáneos provenientes de la ciudad de La Plata y Capital Federal, en especial cuando el lugar es objeto de notas periodísticas en medios nacionales y regionales.

Según los datos obtenidos en encuestas realizadas en la ciudad de La Plata, el 59% de los encuestados dice conocer la existencia del atractivo, el 40% afirma haberlo visitado y el 21% desearía hacerlo.

Como conclusión se puede establecer que la mayoría de afluencia a los atractivos corresponden a la población local (45%) seguido por visitantes de la ciudad de La Plata (35%) siendo así el mercado emisor más cercano a Berisso; y en tercera posición se encuentran los visitantes provenientes de CABA Y Gran Buenos Aires (18%) el 2% restante corresponde a otras localidades (Ensenada, Tandil, Chascomus, etc.). Los atractivos con mayor afluencia fueron las playas, la Calle Nueva York, la Fiesta del inmigrante, la Isla Paulino, el Delta y la Fiesta del Vino de la Costa.

## **4.2) Demanda potencial**

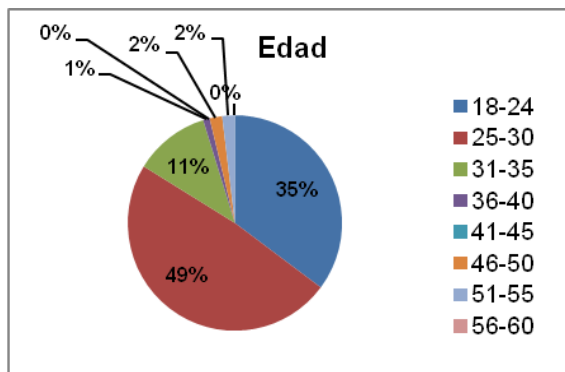
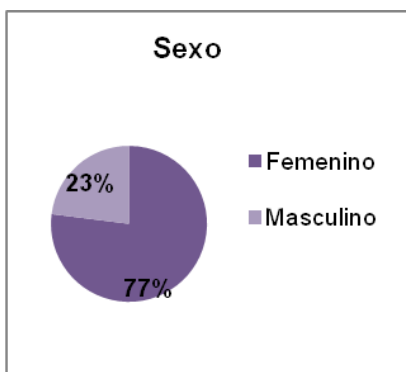
Debido a la falta de datos oficiales referidos a la demanda potencial del Partido de Berisso como destino turístico, se realizó una encuesta a personas mayores de 18 años NO residentes de la ciudad.

Para obtener una muestra representativa y abarcativa, se optó por utilizar dos medios. El primero a partir de la colocación del cuestionario en Internet a través de una planilla con formato docs.google.com, cuyo link fue enviado por e-mail y colocado en Facebook. El segundo se trató de encuestas personales. El resultado fueron 105 respuestas.

En esta instancia se analizan los resultados de las encuestas. El objetivo de las mismas es determinar el grado de interés y conocimiento, si lo hubiera, de los atractivos de la localidad y establecer el mercado de los visitantes y/o turistas potenciales que podría atraer la ciudad para mejorar su posición como destino turístico.

## Perfil de los encuestados

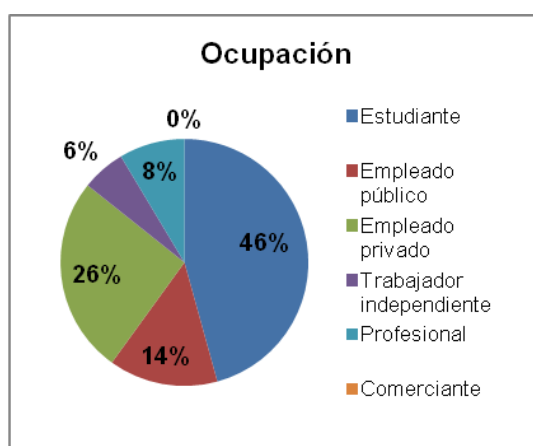
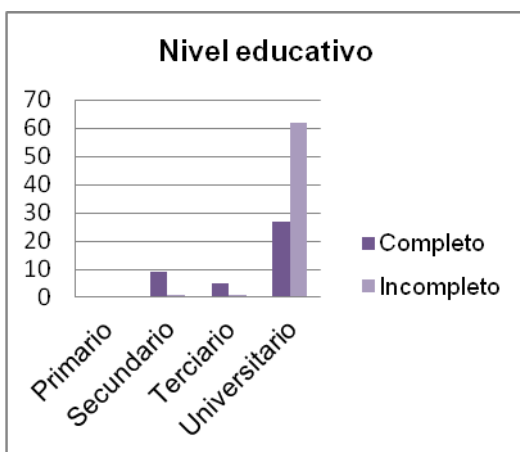
Con respecto a la edad los más jóvenes son los más numerosos a la hora de participar del cuestionario, esto puede llegar a ser debido a la metodología adoptada. Los rangos destacados corresponden, primero a las personas entre 25 y 30 años, representando el 49% de la muestra; luego las personas entre 18 y 24 años con un porcentaje del 35% seguido de las personas entre 31 y 35 años, las cuales representan el 11%.



Fuente: elaboración propia

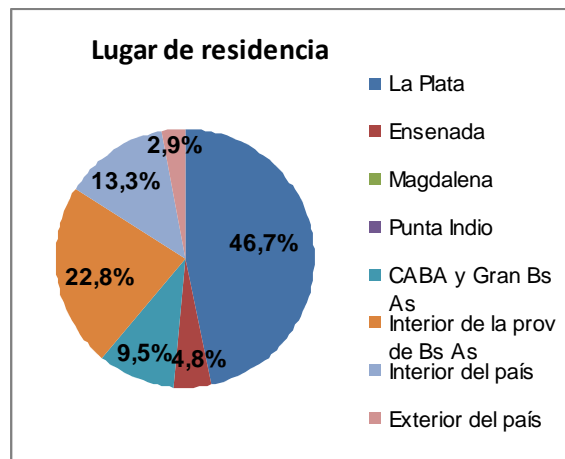
En lo que respecta a su máximo nivel educativo aproximadamente el 59% de las personas tienen una carrera universitaria incompleta. Luego se ubican los que poseen secundario completo con el 32%, seguido de los que tienen un nivel universitario completo con el 25%. Esto puede deberse a que las encuestas fueron respondidas por un alto número de estudiantes.

En cuanto a su ocupación actual, los resultados obtenidos se agrupan en estudiantes (46%), empleado privado (26%) empleado público (14%), profesional (8%) y trabajador independiente (6%). Logrando con esto una amplia visión sobre los posibles visitantes/turistas del destino.



Fuente: elaboración propia

Para finalizar con la caracterización del perfil de las personas encuestadas, se determinó que el lugar de procedencia de los mismo está representado en su mayoría por residentes de La Plata (46,7%), seguido por residentes del interior de la provincia de Bs As (22,8%), el interior del país (13,3%), CABA (9,5%) y Ensenada (4,8%).

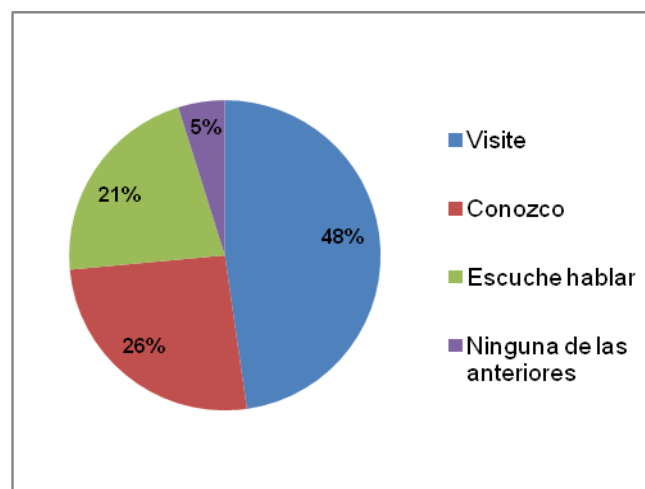


Fuente: elaboración propia

### **Percepciones de los encuestados sobre el destino y sus atractivos**

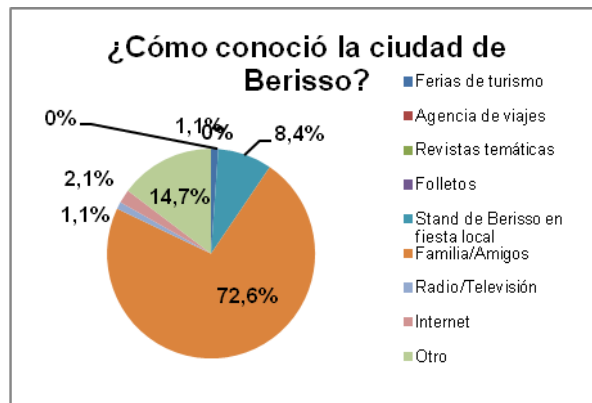
En esta instancia se analiza la información obtenida de los encuestados en relación al conocimiento de la ciudad y sus atractivos y su interés por visitarla.

Para iniciar este análisis, en primer lugar, se incluyó la pregunta sobre el conocimiento que tenían o no de Berisso. De un total de 105 personas, el 47,6% había visitado la ciudad, seguido de un 25,7% que la conocía, luego un 21,9% que había escuchado nombrarla y un 4,8% que no conocía/ni visito/ni escuchó nombrar.



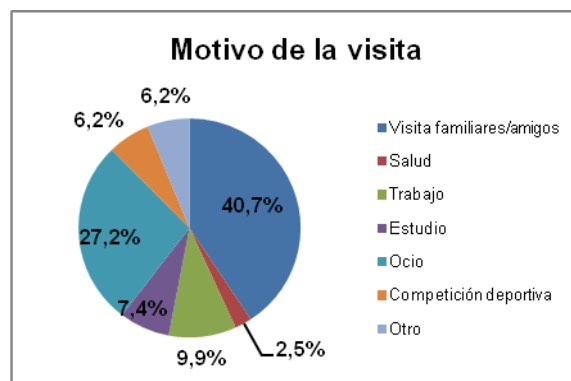
Fuente: elaboración propia

De esas 100 (cien) personas que conocen la ciudad, al momento de contestar cómo la conocieron el 72,6% respondió que lo hicieron a través de familiares o amigos, el 8,4% por stand de Berisso en alguna fiesta local, el 2,1% a través de Internet, el 1,1% por la radio o la televisión y el 14,7% por algún otro medio (por vivir cerca, por la facultad y por trabajar en la ciudad).



Fuente: elaboración propia

Respecto a las motivaciones que tuvieron los encuestados para visitar el destino, el mayor porcentaje lo hizo para visitar familiares o amigos (40,7%) seguido de aquellos que lo hicieron por ocio y placer (27,2%); el tercer motivo por el cual estuvieron en Berisso fue por cuestiones laborales (9,9%). En porcentajes menores el motivo de la visita se debió a temas relacionados con los estudios (7,4%), para asistir o participar en competencias deportivas (6,2%), por cuestiones de salud (2,5 %) y por otros motivos no especificados (6,2%).



Fuente: elaboración propia

Un aspecto interesante es que si bien el 95% de los encuestados afirmó conocer, haber visitado o escuchó nombrar la ciudad de Berisso, solo el 34,3% afirma conocer algunos de los atractivos que tiene la localidad, mientras el 65,7% contestó que no conoce ninguno.



Fuente: elaboración propia

A las 36 (treintaseis) personas que contestaron afirmativamente la pregunta anterior, se les pidió que nombren 3 (tres) atractivos que conozcan de la ciudad. El resultado fue el siguiente:

Atractivo	Resultado
Fiesta provincial del Inmigrante	26
Isla Paulino	17
Fiesta del Vino de la Costa	15
Calle Nueva York	11
Museos	5
Delta	5
Playa La Balandra	4
Playa Palo Blanco	3
Puerto	3
Clubs de Fútbol	2
Viñedos	1
Escuela de Arte	1
Ferias artesanales	1
Fiesta provincial de la Corvina Dorada	1

Fuente: elaboración propia

A continuación, se les proporcionó una lista con los atractivos de la localidad y se pidió que enumeren los primeros cinco atractivos que más le interesaría conocer en caso de visitar la ciudad, siendo 1 el que más le interesaría y 5 el que menos le interesaría.

Atractivo	Grado de interés				
	1	2	3	4	5
Playa Palo Blanco	6	3	8	12	8
Playa Bagliardi	1	3	4	5	4
Playa Municipal	2	2	7	4	5
Playa La Balandra	3	2	5	7	4
Delta y Arroyos	16	8	9	23	6
Isla Paulino	13	26	6	2	8
Calle Nueva York	8	10	12	5	8
Iglesias		1			1
Sedes de las colectividades			2	2	3
Museos	6	7	7	4	8
Fiesta provincial del inmigrante	27	11	7	5	7
Fiesta del Vino de la Costa	8	14	20	6	7
Fiesta de los provincianos	6	5	6	7	16
Fiesta y concurso del Pejerrey	3	8	5	2	7
Fiesta provincial de la Corvina	6	3	8	2	13

Dorada					
--------	--	--	--	--	--

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, los resultados de estas dos preguntas anteriores son muy similares.

La Fiesta Provincial del Inmigrante tiene el mayor nivel de conocimiento por parte de los que han visitado la ciudad y a su vez el mayor grado de interés para asistir al evento por aquellos que irían a conocer Berisso.

La Isla Paulino también es coincidente en ambas respuestas, seguida por la Fiesta del Vino de la Costa; esto puede llegar a ser así ya que ambos atractivos son muy promocionados por el municipio y atraen miles de turistas en temporada estival en el caso de la Isla y en cada edición de la fiesta de los productores vitivinícolas estos números aumentan cada año; además se comenzaron a diversificar las actividades ofreciendo recorridos no solo por los viñedos sino también otros atractivos de la ciudad.

En cuarta posición se ubica la Calle Nueva York y el Delta respectivamente. En este caso los atractivos no son coincidentes como los anteriores.

Que la Calle Nueva York sea uno de los sitios más atrayentes es debido a la promoción que se le ha dado, el lugar ha sido protagonista de muchas notas periodísticas a nivel nacional y es en esos momentos cuando más visitas han recibido.

Por último, la quinta posición del atractivo que despierta mayor grado de interés por conocer es la Fiesta de los Provincianos, festividad que tiene 13 años desarrollándose, pero que ha tenido su auge este último tiempo y ya se ha vuelto un clásico de la ciudad.

Para ir finalizando la encuesta se pidió que contesten cuál creen que es el motivo por el cuál las personas visitarían Berisso. Las respuestas son muy similares a los resultados anteriores; en primer lugar creen que la ciudad es digna de ser visitada por las fiestas y eventos que se desarrollan en ella (46,40%) sobre todo la Fiesta del Inmigrante. En segundo lugar por el patrimonio cultural y la historia que tiene (21,10%) referida principalmente a la ola migratoria que vivió después de la Primera Guerra Mundial y todo lo que esto conllevó, desde la creación de las colectividades hasta el diseño arquitectónico urbano; el tercer motivo que mayor porcentaje tuvo es por el patrimonio natural (16,9%): playas, arroyos, monte, río, islas, etc.; destacan las actividades deportivas que se pueden realizar en este entorno y lo placentero que podría ser pasar las tardes en un entorno natural alejado del ruido de la ciudad. En porcentajes menores las respuestas se dividen en los que piensan que la gente visitaría Berisso por su cercanía a la ciudad de La Plata y CABA (5,6%) y los que opinan que sería por la calidad y calidez de las personas que residen allí (2,8%). La opción de elegir otra respuesta (7,04%) incluyó que la visitarían por las ferias de artesanos, para ir a pescar, por la tranquilidad que ofrece la localidad y para alejarse de las grandes ciudades.



Fuente: elaboración propia

Por último, al preguntarles a aquellos que la conocen si recomendarían visitar la ciudad, el 78,2% contestó que sí y el 21,8% restante dijo que no. En cuanto a la justificación, la mayoría de las respuestas coinciden con los motivos por el cual la ciudad debería ser visitada. Se repite la importancia de la historia de los inmigrantes, las fiestas, la sencillez y calidez de la gente, los atractivos naturales que posee y la tranquilidad de la ciudad a pesar de estar tan cerca de las grandes urbes. Respecto a los comentarios negativos, se destacan los que hacen énfasis en la falta de infraestructura que tiene la ciudad para poder crear una oferta turística y la falta de visibilización y puesta en valor de muchos de los atractivos.



Fuente: elaboración propia

Como conclusión de la investigación realizada se ha podido determinar que el Partido de Berisso cuenta con un nivel de conocimiento del 95,2% (por conocerla, por haberla visitado o escuchado hablar de ella). El principal motivo para concurrir a la ciudad es la visita a familiares y/o amigos (40,7%) seguido de un porcentaje mucho menor que lo ha echo por cuestiones de ocio y placer (27,2%). Aunque hay un bajo conocimiento de los atractivos que se encuentran en la localidad (34,3%) el 78,2 % de los encuestados recomienda visitarla.

Su demanda potencial real se posiciona en el 35% del universo total relevado, es decir, disposición a visitar el destino.

### 4.3) Comunidad local: percepciones frente al turismo

En este apartado se intentará conocer la percepción de la comunidad local respecto de la actividad turística de la ciudad. Esto es fundamental para un proceso de

planificación en el que se tenga como objetivo el desarrollo del turismo: para esto es necesario conocer las opiniones, intereses y percepciones de la actividad en el destino.

Para ello se analizan los resultados de las encuestas aplicadas a la población residente, el objetivo de las mismas es conocer su parecer respecto a la proyección del desarrollo de la actividad turística en Berisso.

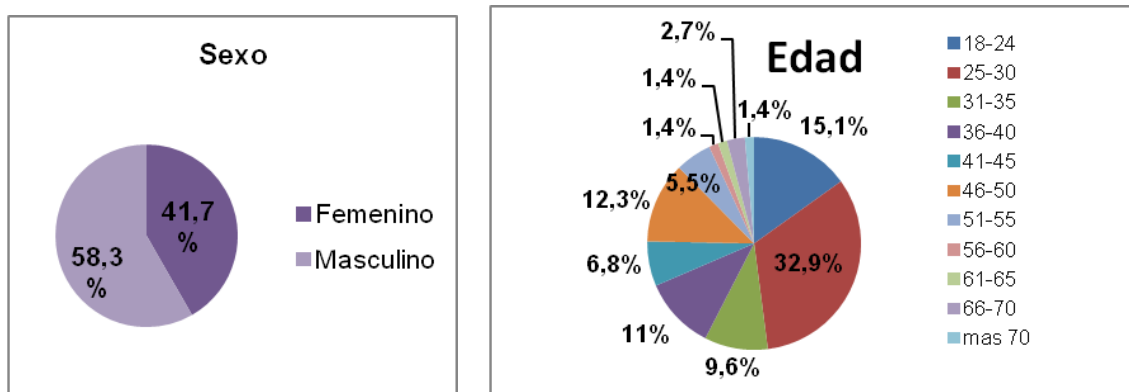
A los fines de la presente tesis se considera población residente a aquellas personas que residen en la ciudad de Berisso de manera permanente y cuya edad es mayor a los 18 años.

Para obtener los datos de dicha encuesta se colocó el cuestionario en Internet a través de una planilla con formato docs.google.com, cuyo link fue enviado por e-mail y colocado en Facebook. También se realizó encuestas de manera personal.

Para la determinación del tamaño de la muestra se acordó que para garantizar su representatividad, como mínimo, se debían obtener 73 encuestas (Anexo: Calculo para la determinación de la muestra). Las encuestas fueron realizadas entre los meses de Febrero y Marzo de 2017.

### **Perfil de los encuestados**

En cuanto al sexo, la muestra representa una considerable equidad dado que el 58,3% pertenecen al sexo femenino y el 41,7% al sexo masculino. En lo que respecta a la franja etárea, la mayoría de los encuestados se encuentran en la comprendida por 25-30 años (32,9%) seguida por los jóvenes de 18-24 años (15,1%) y en tercer lugar los de 46-50 años (12,3%).

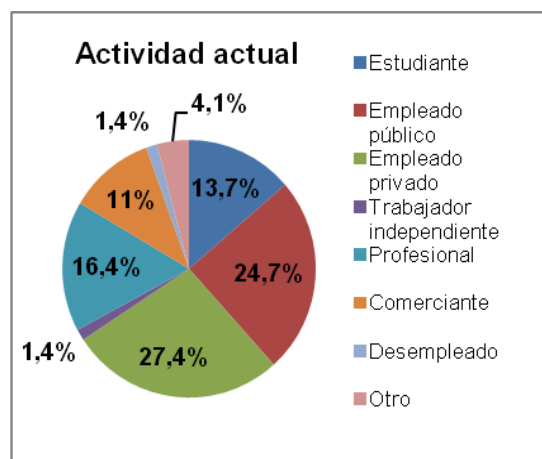
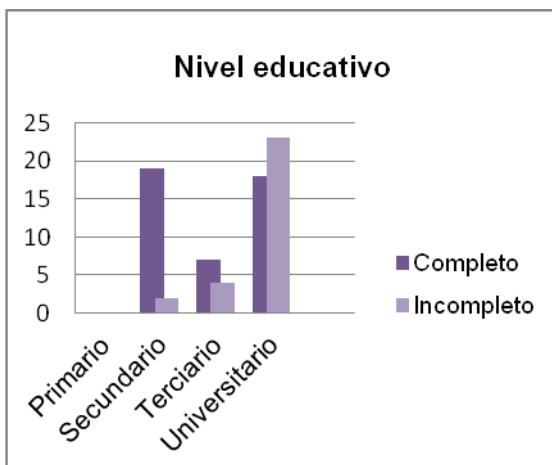


Fuente:elaboración propia

En lo que respecta a su máximo nivel educativo el 31,5% de las personas tienen una carrera universitaria incompleta mientras que el 26,6% la ha finalizado. Luego se ubican los que poseen secundario completo con el 26% de la muestra seguido de los que tienen un nivel terciario completo con el 9,5%.

En cuanto a su ocupación actual, los resultados obtenidos se agrupan en empleado privado (27,4%) empleado público (27,4%), profesional (16,4%), estudiante (13,7) y comerciante (6%). Logrando con esto distintos puntos de vista respecto a la situación del turismo en la ciudad.



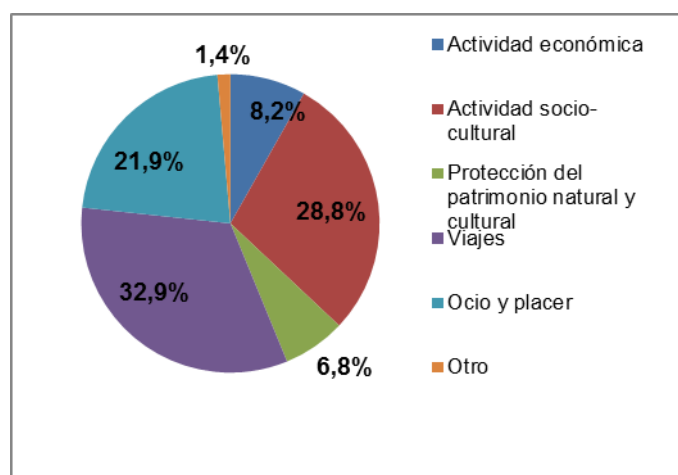


Fuente: elaboración propia

## **Percepciones de los encuestados sobre la situación actual del turismo en Berisso**

En este análisis se incluye la información obtenida de las encuestas destinadas tanto a la comunidad local como a los proveedores de servicios gastronómicos, de alojamiento y de apoyo; a la vez que se tendrá en cuenta las entrevistas realizadas con actores claves de la comunidad.

Para iniciar este análisis, en primer lugar, se incluyó la pregunta sobre el posicionamiento del turismo en la mente de las personas. De un total de 73 respuesta, cuando a la persona se le preguntó qué es lo primero que se le viene a la mente cuando se le menciona la palabra turismo, el 32,9% eligió la opción viajes, seguida de actividad socio-cultural con un 28,8%, luego se relaciona al turismo con el ocio y el placer 21,9%. En porcentajes menores se considera al turismo como una actividad económica 8,2% y como una actividad que permite la protección y valorización del patrimonio natural y cultural con el 6,8%.



Fuente: elaboración propia

La encuesta continúa preguntando si consideran que la ciudad de Berisso esta turísticamente desarrollada. En cuanto a las preguntas las respuestas estuvieron polarizadas, un 76,4% considera que la ciudad no esta turísticamente desarrollada mientras que el 23,6% restante contesto que sí lo está.



Fuente:elaboración propia

Entre las justificaciones para dichas respuestas muchas se comparten. En las contestaciones positivas se destacan:

La ciudad de Berisso esta turisticamente desarrollada porque...

Tiene varias fiestas, eventos y lugares atractivos fomentados y desarrollados tanto para la gente local como para los visitantes.

Siempre hay atracciones nuevas, antes solo estaba la Fiesta del Inmigrante y ahora hay más de un evento al año que da la posibilidad de venir a conocer Berisso y descubrir otros atractivos.

Tiene muchos atractivos turísticos pero tienen que mejorar su infraestructura.

Porque hay varios lugares para recorrer y actividades para realizar en ellos.

Promocionan mucho las fiestas locales y eso atrae una gran cantidad de visitantes

Porque atrae a mucha gente con las distintas propuestas que se ofrecen para conocer la ciudad.

En cuanto a las justificaciones de las respuestas negativas, han sobresalido:

La ciudad de Berisso NO esta turisticamente desarrollada porque...

No posee la estructura y difusión suficiente para explotar la cantidad de recursos que posee.

Los espacios turísticos no están bien aprovechados ni tienen el mantenimiento necesario para tal fin

Falta de inversión en la infraestructura turística (alojamiento, restauración, etc.) y en la conservación de los atractivos que tiene la ciudad.

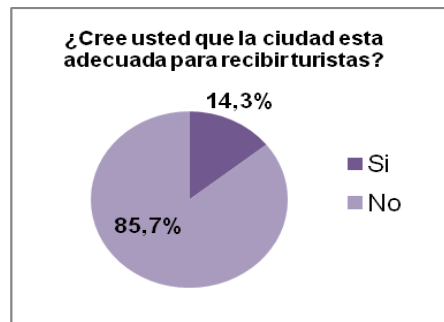
Hay una mala gestión turística por parte de la municipalidad; como consecuencia destinan poco presupuesto para el área lo que genera un notable abandono y mala o nula infraestructura turística en lugares como la Calle Nueva York o los balnearios. A esto hay que sumarle la poca promoción que reciben las fiestas tradicionales con las que cuenta la ciudad.

No hay atractivos que conocer salvo las fiestas tradicionales.

No hay información sobre las distintas actividades que se pueden realizar en la ciudad y los atractivos que tiene; tampoco se incentiva a la gente a conocerlos.

No hay planificación para fomentar la actividad turística.

Siguiendo con las preguntas se le pidió a los encuestados si creían que Berisso esta adecuadamente preparado para recibir turistas. En este caso las respuestas han tenido mayor diferencia que en el caso anterior. El 85,7% contesto que la ciudad no esta adecuadamente preparada mientras que el 14,3% restante aseguro que si lo está.



Fuente: elaboración propia

Nuevamente entre las justificaciones se destacan, en las pocas respuestas positivas:

La ciudad de Berisso esta adecuadamente preparada para recibir turistas porque...

Tiene muchos balnearios para disfrutar

Porque la ciudad tiene mucha historia y un importante patrimonio natural: playas, isla, monte, etc.

Hay varios lugares para recorrer y actividades para realizar

En cuanto a las respuestas negativas:

La ciudad de Berisso NO es adecuada para recibir turistas porque...

Tiene grandes deficiencias en su capacidad hotelera.

No hay guías turísticas que brinden servicios para conocer los atractivos.

Falta infraestructura que sirva de soporte para el desarrollo de actividades turísticas: calles con acceso adecuado, establecimientos hoteleros y gastronómicos, oficina de información, señalización de atractivos, etc.

Los sectores que pueden considerarse turísticos (Calle Nueva York, balnearios, frigoríficos, etc.) no están cuidados ni preparados para que los turistas los puedan visitar.

Por cuestiones de inseguridad.

A continuación se presenta el resumen de la valoración que el propio residente le da a los atractivos que posee su ciudad. Para ello se preguntó ¿Cuáles crees que son los atractivos más importantes de Berisso? Eligiendo 5 atractivos y valorando-los del 1 al 5 siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

Los resultados son los siguientes:

Atractivo	Grado de importancia				
	1	2	3	4	5
Playa Palo Blanco	3	5	4		4
Playa Bagliardi	2	1	3	1	
Playa Municipal		3	4		1
Playa La Balandra	5	1	2	8	14
Delta y Arroyos	4	8	3	6	8
Isla Paulino	4	11	9	19	8
Calle Nueva York	3	8	18	7	2
Iglesias					1
Sedes de las colectividades	1			2	
Museos	4	4	4	2	3
Fiesta provincial del inmigrante	35	10	4	7	4
Fiesta del Vino de la Costa	6	13	14	10	8
Fiesta de los provincianos	1	3	5	5	14
Fiesta y concurso del Pejerrey		5	1	3	4
Fiesta Prov. de la Corvina Dorada	5	1	2	3	2

Fuente: elaboración propia

De lo anterior se desprende que para los encuestados el atractivo más importante que tiene el Partido de Berisso es La Fiesta Provincial del Inmigrante, esto puede llegar a ser así porque es el gran evento que representa a la ciudad.

En segundo lugar se encuentra ubicada la Fiesta del Vino de la Costa, se ha instalado como un evento popular en toda la provincia y cada año tiene más concurrencia.

Que estos dos atractivos sean considerados los más importantes está en concordancia con las respuestas anteriores donde se consideraba que las fiestas son los atractivos más importantes que tiene Berisso.

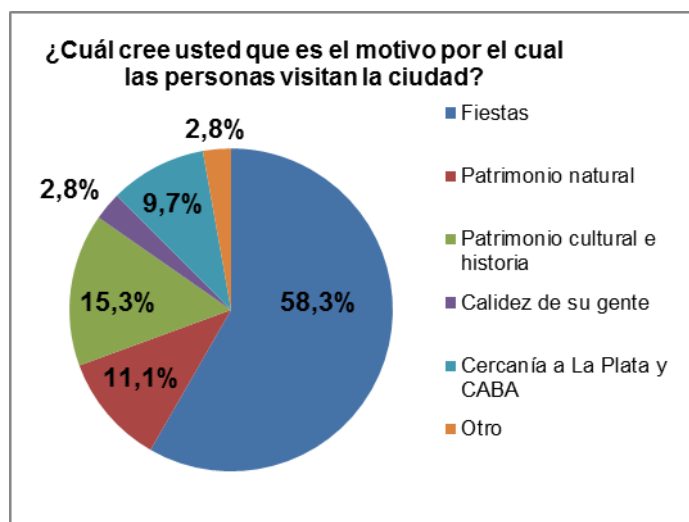
Luego de estos eventos se ubica la Calle Nueva York fue parte fundamental de la historia Argentina cuando miles de trabajadores de los frigoríficos partieron a Plaza de Mayo a pedir la liberación de Juan D. Perón. Debido a éste acontecimiento Berisso es considerada “La Cuna del Peronismo”, junto con los inmigrantes, determinó la identidad de la ciudad. Sin embargo este Lugar Histórico Nacional se encuentra en muy mal estado de conservación.

En cuarta posición de importancia se encuentra la Isla Paulino, uno de los atractivos que mayores condiciones tiene para una estadía tranquila. Constituye el único lugar del Delta que cuenta con tradición turística y brinda cierta infraestructura y servicios al visitante

Por último los atractivos considerados más importantes por lo encuestados fueron el balneario La Balandra y la Fiesta de los Provincianos. En el primer caso es la playa

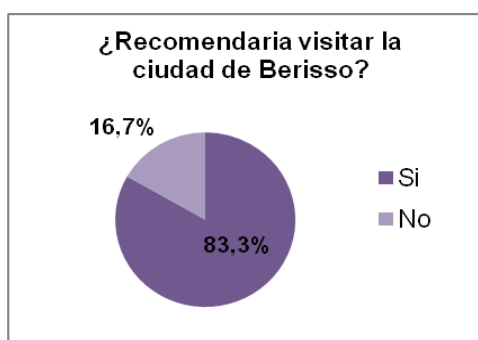
más concurrida a pesar de ser la más alejada del casco urbano y en el segundo caso a pesar de ser una fiesta que hace 13 años que se celebra comenzó a ser más concurrida cuando trasladaron los festejos al centro de la ciudad y le otorgaron mayor promoción.

Para profundizar en este aspecto de los atractivos que posee Berisso, se interrogó sobre cuál consideraban que es el motivo principal por el cual las personas visitan o visitarían la localidad. En este sentido las fiestas cuentan con el 58,3%, seguido por la cultura e historia que tiene la ciudad 15,3%, por los recursos naturales el 11,1%, por la cercanía a La Plata y CABA el 9,7% y los que creen que lo harían por la calidez de su gente el 2,8%.



Fuente:elaboración propia

Para finalizar la entrevista se preguntó si recomendarían visitar Berisso, a pesar de que un gran porcentaje cree que la ciudad no esta preparada para recibir turistas, el 83,3% manifestó que recomendaría visitarla, mientras que el 16,7% no lo haría.



Fuente:elaboración propia

Entre las justificaciones para recomendar la ciudad se destaca que la mayoría cree que es una ciudad con mucha historia y cultura, que tiene muchos lugares lindos para conocer no solo por la belleza estética sino por el conocimiento que se adquiere. Otros opinaron que a pesar de ser una ciudad tiene alma de pueblo y es un buen lugar para descansar y pasar días tranquilos, sumado a la calidez y calidad de la gente que la habita.

Como conclusión de las percepciones de la comunidad local referida a la situación actual de la actividad turística en la ciudad se pudo determinar que la mayor parte de

los participantes consideraron que Berisso no está turísticamente desarrollado (76,4%) y un porcentaje mayor no cree que la ciudad esté adecuadamente preparada para recibir turistas (85,7%); en cuanto a las justificaciones se destacan la deficiencia en la infraestructura de soporte en los atractivos, la falta de alojamiento y establecimientos gastronómicos y la mala gestión turística por parte del municipio. En cuanto a la valoración que el residente le da a los atractivos que posee la ciudad, los encuestados consideran que el más importante es la Fiesta del Inmigrante, lo que está en concordancia con el motivo principal por el que las personas visitarían Berisso (por sus fiestas 58,3%). Por último a pesar de que un gran porcentaje no cree que la localidad esté preparada para recibir turistas, el 83,3% recomendaría visitar la ciudad por la cultura, la historia, el patrimonio natural y por ser un lugar tranquilo con buena gente.

Estos resultados sirven para tener un panorama de cómo ve la comunidad local la actividad turística de la ciudad; permitiendo realizar una planificación participativa concientizando a la comunidad de los beneficios del turismo y la importancia de su desarrollo y también para los actores tener en cuenta las opiniones de los ciudadanos.

---

# **CAPITULO 5**

# **DIAGNÓSTICO**

# **EVALUATIVO**

---

Este capítulo comprende la realización de un diagnóstico evaluativo del caso de estudio. Para ello, se eligió como herramienta a emplear la Matriz FODA, a través de la cual se busca detallar el contexto actual del sistema turístico, constituyendo el punto de partida para formular algunas premisas para el mejor posicionamiento turístico del Partido de Berisso.

Se trata de un análisis sistemático que busca establecer los factores internos y externos que están afectando positiva y negativamente el desarrollo de la actividad en el destino y proponer soluciones para los problemas encontrados. El análisis FODA, en resumen, reúne las fortalezas y debilidades y las confronta con las oportunidades y amenazas.

## 5.1) Metodología

La escala de las estimaciones probabilísticas va de 0% a 100% de acuerdo al grado de presencia, si se trata de Fortalezas y Debilidades; y al grado de ocurrencia, si se trata de Oportunidades y Amenazas.

Se procederá también a clasificar a cada variable de acuerdo a su grado de importancia.

PRESENCIA del evento	Ocurrencia del evento	Importancia
<b>0.0</b> no esta presente	<b>0.0</b> no ocurrirá (inexistente)	<b>0</b> nada importante
<b>0.1</b> muy poco presente	<b>0.1</b> muy improbable	<b>1</b> muy poco importante
<b>0.2</b> poco presente	<b>0.2</b> casi muy improbable	<b>2</b> poco importante
<b>0.3</b> casi nada presente	<b>0.3</b> improbable	<b>3</b> casi nada importante
<b>0.4</b> algo presente	<b>0.4</b> casi improbable	<b>4</b> algo importante
<b>0.5</b> tan presente como no	<b>0.5</b> tan probable como improbable	<b>5</b> casi nada importante
<b>0.6</b> algo presente	<b>0.6</b> casi probable	<b>6</b> algo importante
<b>0.7</b> presente	<b>0.7</b> probable	<b>7</b> importante
<b>0.8</b> casi muy presente	<b>0.8</b> casi muy probable	<b>8</b> casi muy importante
<b>0.9</b> esta muy presente	<b>0.9</b> muy probable	<b>9</b> muy importante
<b>1.0</b> totalmente presente	<b>1.0</b> totalmente probable	<b>1.0</b> totalmente importante

Es importante aclarar que la metodología utilizada está lejos de alcanzar un resultado objetivo de Berisso como potencial destino turístico, ya que las ponderaciones serán juzgadas en base a criterios subjetivos por parte de la autora de la presente investigación.



## 5.2) Análisis interno del destino: fortalezas y debilidades

Al referirnos a las fortalezas y debilidades, se debe pensar en el conjunto de características positivas y negativas que posee Berisso como destino turístico.

Las fortalezas son aquellos puntos fuertes que hacen que el destino tenga una posición privilegiada frente a la competencia. Son las cualidades que posee que hacen que pueda lograr el desarrollo turístico local.

Las debilidades son aquellos factores de los cuales Berisso carece para lograr desarrollar la actividad turística o que posee pero impiden o dificultan el desarrollo del turismo.

Determinar las fortalezas y debilidades permitirá definir cuál es la situación actual del Partido de Berisso, conocer cuáles son los factores que están afectando positiva y negativamente la actividad turística e impidiendo su desarrollo turístico local. De esta manera se podrá potenciar sus fortalezas y actuar sobre las debilidades para corregirlas.

### Fortalezas

	Variable	Ponderación	Importancia	Valor
F1	Posee numerosos recursos naturales	0.9	9	8.1
F2	Cuenta con un importante patrimonio cultural y arquitectónico	0.9	9	8.1
F3	Tiene fiestas muy conocidas a nivel regional y nacional	0.8	9	7.2
F4	Cercanía a grandes centros emisores: La Plata, Gran Buenos Aires y CABA; lo que permite pensar en el desarrollo de un turismo de fin de semana	0.8	7	5.6
F5	Ciudad tranquila. Calidez, amabilidad y sencillez de la gente	0.6	8	4.8
F6	Accesos a la ciudad en buen estado	0.7	7	4.9
F7	Participación de la Cámara de Turismo de Berisso y del área de turismo del municipio en distintas ferias (nacionales e	0.9	9	8.1

	internacionales) y eventos regionales.			
F8	Oficina de información turística	0.7	9	6.4
	<b>TOTAL</b>			<b>53,3</b>
	<b>PROMEDIO</b>			<b>6.65</b>

### Debilidades

	Factor	Ponderación	Importancia	Valor
D1	Inexistencia de señalización de los recursos turísticos	0.9	10	9
D2	Inexistencia de circuitos turísticos	0.8	9	7.2
D3	La imagen externa de la ciudad no está ligada a sus atractivos turísticos	0.8	10	8
D4	Escasa inversión privada vinculada al turismo	0.9	8	7.2
D5	Ausencia de una política turística y por consiguiente inexistencia de una planificación para el desarrollo turístico	0.9	10	9
D6	Falta de normas municipales que regulen y controlen la actividad turística	0.9	9	8.1
D7	Falta de profesionales idóneos en gestión turística que puedan realizar una planificación del destino y coordinen las actividades del sector público y privado.	0.9	10	9
D8	Insuficientes establecimientos	0.9	10	9

	hoteleros y gastronómicos			
<b>D9</b>	Deficiente infraestructura y servicios básicos en muchos de los atractivos	0.9	9	8.1
<b>D10</b>	Deterioro y falta de conservación del patrimonio arquitectónico y urbano	0.9	10	9
<b>D11</b>	Ausencia de un calendario turístico y escasa frecuencia de fiestas	0.7	8	5.6
<b>D12</b>	Escaso conocimiento de turismo y conciencia receptiva por parte de la comunidad	0.5	8	4
	<b>Total</b>			<b>93.8</b>
	<b>Promedio</b>			<b>7.76</b>

### 5.3) Análisis externo del destino: oportunidades y amenazas

Respecto a las oportunidades y amenazas, son factores externos a la localidad bajo estudio; afectan positiva o negativamente al sistema pero no depende de él.

Las oportunidades son situaciones positivas que se generan en el ambiente y que le permiten al destino obtener una ventaja competitiva.

Las amenazas son situaciones o hechos externos a Berisso y que pueden llegar a ser negativos para el desarrollo de la actividad turística.

Realizar este análisis permite identificar los factores externos que pueden incidir en el desarrollo de la ciudad de Berisso como destino turístico. Las oportunidades deben ser aprovechadas para crecer y mejorar como destino; mientras que las amenazas permiten conocer las limitaciones del entorno y así poder mitigarlas.

#### Oportunidades

	Factores	Ponderación	Importancia	Valor
<b>O1</b>	Nuevas tendencias del mercado turístico que favorece este tipo de destino no tradicional y actividades de ecoturismo	0.9	10	9

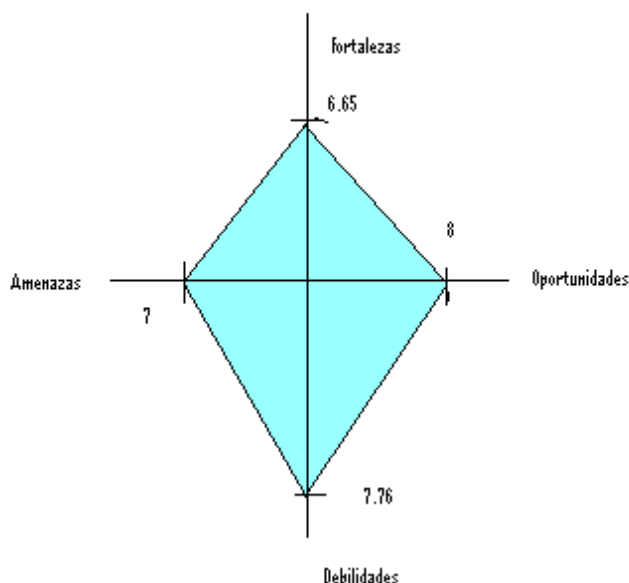
<b>O2</b>	Evidente saturación en destinos turísticos tradicionales	0.5	7	3.5
<b>O3</b>	Decreto 52/2017 que establece la fijación del calendario de feriados para fomentar la actividad turística en el país y ayudarla a compensar los efectos negativos de la temporada baja.	1	10	10
<b>O4</b>	Crecimiento del turismo interno en la modalidad "Turismo de fin de semana"	1	10	10
<b>O5</b>	Fuerte apoyo de la provincia a la actividad turística ejemplo: programa Pueblos Rurales, en el que participa la Isla Paulino	0.8	9	7.2
<b>O6</b>	Nueva tendencia en la multiplicación de fiestas y eventos gastronómicos	1	9	9
<b>O7</b>	El aumento de un estilo de vida urbanizado con muchas horas de trabajo, el proceso de alienación que se da en las grandes ciudades, la generalización del automóvil y el aumento del costo de vida genera que un gran sector de la sociedad disfrutar de períodos de descanso fuera de su entorno habitual en contacto con la naturaleza pero que no le resulten muy costoso.	0.8	9	7.2
<b>O8</b>	Revalorización de productos regionales	0.9	9	8.1
	<b>Total</b>			<b>64</b>
	<b>Promedio</b>			<b>8</b>

### Amenazas

	Factores	Ponderación	Importancia	Valor
<b>A1</b>	Contaminación ambiental proveniente de la destilería YPF	0.9	10	9
<b>A2</b>	Deterioro del paisaje costero con la implantación de la terminal de contenedores del puerto	0.9	10	9
<b>A3</b>	Contaminación del Río de La Plata	0.9	10	9
	Fiesta del inmigrante en otras ciudades (La Plata y Capital Federal)	0.9	5	4.5
<b>A5</b>	Cuando se ponga en funcionamiento el contenedor del puerto habrá mucho tránsito de camiones	0.5	7	3.5
	<b>Total</b>			<b>35</b>
	<b>Promedio</b>			<b>7</b>

A continuación se presenta los resultados obtenidos en el análisis FODA realizado anteriormente, en un Mapa de Diagnóstico

## Mapa Diagnóstico



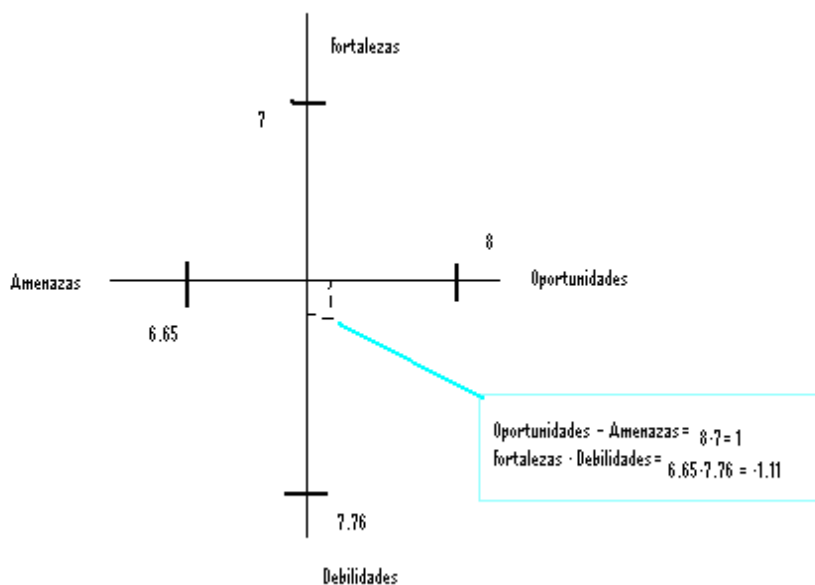
Analizando los resultados de la matriz FODA y del Mapa Diagnóstico realizado anteriormente, es posible afirmar que Berisso presenta numerosas oportunidades, pero a la vez importantes debilidades.

Desde esta perspectiva el destino tiene oportunidades pero padece debilidades que no le permiten posicionarse como destino de turismo y excursión. Es por eso que se deben analizar las oportunidades para compensar sus puntos débiles. También se deben definir líneas de acción que permitan explotar sus fortalezas utilizando el control que se tiene sobre el ambiente interno.

Respecto al análisis externo, se puede determinar que el ambiente en el cual se halla inserto el Partido de Berisso presenta pocas amenazas.

A continuación se presenta el Mapa de Posicionamiento Estratégico que permite determinar en qué posición se encuentra el destino estudiado de acuerdo al análisis realizado, y en base a dicha ubicación generar las líneas de acción correspondientes.

## Mapa de Posicionamiento Estratégico



Como conclusión a partir de lo analizado hasta el momento, se puede inferir que Berisso, como destino turístico, se encuentra en una posición donde debe afrontar varios desafíos: la situación actual del ambiente externo en el que se encuentra presenta grandes oportunidades pero solo podrá aprovecharlas si revierte las debilidades que tiene como destino y, aunque enfrenta amenazas, sus impactos son manejables.

Internamente se trata de una situación donde las debilidades superan a las fortalezas, y es en ello en lo que se debe trabajar para minimizar y corregir estos puntos débiles. Aunque se debe destacar que las fortalezas que posee son muchas y de gran importancia, es por eso que se deben potenciar y lograr con ellas una ventaja competitiva respecto a la competencia.

En referencia al ambiente externo, las oportunidades superan a las amenazas, pero no por ello se deben dejar de tener en cuenta al momento de definir estrategias de acción.

Por último, se puede decir que Berisso tiene un potencial turístico muy importante pero aún no cuenta con el desarrollo necesario como para ser considerado un destino de turismo y excursión significativo.

Hay que destacar la ausencia de una política turística clara y por consiguiente la falta de planificación para posicionar a la ciudad como un destino referente de la región.

En base a toda la investigación realizada y los datos analizados se presentan, en el próximo capítulo, los lineamientos de actuación, en forma de recomendaciones; en conjunto pueden contribuir a la formulación e implementación de políticas públicas, a la toma de decisiones en lo que se refiere a planificación y a la definición de estrategias de desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

## 5.4) Ciclo de vida

Como complemento de la Matriz FODA se propone determinar en cuál fase del ciclo de vida de un destino se encuentra la ciudad de Berisso entendida como destino de turismo y excursión.

Para esto se va a utilizar el modelo de Butler (1890) quién adoptó la teoría del ciclo de vida de los productos propuesto por Dean (1950) y la aplicó a los destinos turísticos. Pueden identificarse distintas etapas por las que atraviesa un destino (explicadas en el Capítulo 1): Exploración, Implicación, Desarrollo, Consolidación, Estancamiento y Declive.

Como se expuso anteriormente es una herramienta complementaria que ayudará a definir lineamientos de acción para el desarrollo turístico del Partido de Berisso.

Según todo lo analizado hasta el momento se puede determinar que la ciudad de Berisso, como destino se encuentra en las primeras fases del ciclo de vida.

En la **fase de exploración** un número reducido de turistas/excursionistas visitan el destino al verse atraídos por los recursos naturales y las características culturales e históricas del mismo. Si bien el porcentaje de conocimiento de la ciudad es alta (95%) su imagen externa no está ligada a sus atractivos turísticos.

El volumen de visitas es restringido por la falta de servicios turísticos; alojamientos, servicios de gastronomía, infraestructura básica en los atractivos, etc.

El primer indicador a analizar es el **número de visitantes** y la **evolución de esa demanda**. Debido a la falta de un seguimiento de las llegadas a la ciudad y un estudio de demanda actualizado, solo se cuenta con información parcial y des-actualizada. Según los estudios de demanda real y potencial realizada en el Capítulo 2 los atractivos que generan mayor cantidad de visitas son: la Isla Paulino y el Delta, la Calle Nueva York y las fiestas tradicionales (Fiesta provincial del inmigrante y Fiesta del vino), que se han convertido en eventos turísticos provinciales de gran relevancia.

Según el presidente de la Cooperativa del Vino de la Costa en el año 2003 el evento logró reunir una cifra cercana a las 25.000 (veinticinco mil) personas y para el año 2013 esta cifra había escalado a las 90.000 (noventa mil); es decir un crecimiento del 260% de visitantes en 10 años (Andrés Aguiar en prensa). Con la Fiesta del Inmigrante sucede algo similar, cada año hay mayor asistencia.

El inconveniente principal es que no se puede discernir entre la cantidad de asistentes propios de la comunidad de aquellos que se desplazan a la ciudad para asistir a dicho evento.

En este ejemplo se puede observar el crecimiento de la demanda que se da en los principales eventos de Berisso, aunque no se puede determinar lo mismo de los otros atractivos ya que no se tiene la información.

El segundo indicador a analizar en el Ciclo de Vida del destino es la **competencia** en el mercado. En lo que respecta a las características comparativas, estas le dan una posición privilegiada respecto a sus principales competidores como La Plata, Ensenada, Magdalena o Punta Indio, ya que ninguna tienen los recursos naturales,



culturales e históricos que tiene Berisso sin embargo al no contar con la infraestructura necesaria para que los visitantes los disfruten pierde un gran flujo de turistas.

La ciudad ha podido captar un gran segmento del mercado de deportes náuticos que antes se establecían exclusivamente en las ciudades costeras del norte de la provincia de Bs As (Tigre, Zarate, Baradero, San Pedro, etc.) debido a la diferencia de precios en los servicios, la calidad de los recursos naturales y la reducción de los tiempos de viaje originado en la mejora de la infraestructura vial regional y supraregional.

Otro factor competitivo y comparativo que le da un mejor posicionamiento al destino en comparación con su competencia, es que la pesca deportiva se puede practicar todo el año a diferencia de otros lugares donde la misma es estacional y hay gran cantidad de guías que brindan el servicio complementándolo con otras actividades.

Respecto a la **comercialización de la oferta turística**, a diferencia de otras ciudades desarrolladas turísticamente que comercializan su oferta a través de agencias de viaje, en Berisso no sucede eso. En un momento se intentó coordinar la comercialización de visitas por las colectividades a través de agencias de la ciudad de La Plata, pero no resultó por falta de continuidad de los recorridos ya que las colectividades alegaban no poder cumplir.

La pesca deportiva que, está muy desarrollada y arraigada a la ciudad, tiene un público objetivo particular y no cuenta con un nivel de masividad importante, por lo que la comercialización de las embarcaciones para realizar la actividad se hace a través de Internet, emisoras radiales, programas televisivos y revistas especializadas.

Respecto a la **promoción** de la Berisso y sus atractivos, se realiza mediante la participación en eventos importantes relacionados al turismo como la Feria de turismo de Buenos Aires y la FIT. Los encargados del área en el municipio participan en encuentros con la Cámara Regional de Turismo del Gran La Plata y la Cámara Gastronómica para trabajar en conjunto de manera regional; después se hace promoción en todos los medios que se pueda tanto gráficos como radiales y eventos o fiestas donde se los invite.

En Internet no hay promoción ni difusión porque falta información para poder tener una página específica de turismo, solo está lo que se encuentra en la página oficial de la municipalidad.

Una de las fortalezas más importantes que tiene el Partido de Berisso es la identidad propia que lo identifica y distingue de otros destinos y que se legitimó al momento de ser declara Capital Provincial del Inmigrante lo que le da visibilización y lo posiciona en el mapa turístico de la provincia de Buenos Aires y del país, sin embargo esta oportunidad es desaprovechada por las deficiencias en la política turística del municipio.

Como conclusión del análisis realizado se puede determinar que el Partido de Berisso como destino de turistas y excursionistas se encuentra en una fase de exploración. Si bien tiene algunos atractivos consolidados, no sucede lo mismo con toda su oferta turística.

Es por ello que habría que establecer una estrategia planificada para desarrollar productos con identidad propia; que satisfagan las necesidades y expectativas relacionadas con el tiempo libre de los visitantes que consuman el destino. Esto permitiría fortalecer la posición competitiva de Berisso y revitalizar aquellos atractivos

que ya están consolidados para evitar su declive. Además se integrarían y mejorarían los componentes que están dispersos (infraestructura, servicios, recursos y atractivos, equipamiento y actividades).

Por último se debería llevar a cabo una estrategia de comunicación principalmente informativa basada en las características del producto, los recursos disponibles y las actividades que se pueden realizar, además de hacer hincapié en los motivos que tendrán los turistas para visitar el destino. Para evitar una imagen difusa en la mente de los potenciales turistas es preciso desarrollar un posicionamiento diferenciado ligado a actividades temáticas y la cultura local.

---

# **CAPITULO 6**

# **RECOMENDACIONES Y**

# **LINEAMIENTOS**

# **DE ACCIÓN**

---

En el siguiente capítulo se pretende ofrecer propuestas de actuación diseñadas para lograr las mejoras necesarias en la gestión del turismo en el municipio y que éste pueda llegar a tener un valor significativo como del destino.

No se asegura que las mismas debieran funcionar en el futuro ya que el diagnóstico es una radiografía de un momento determinado en la vida del destino y la planificación estratégica es flexible y se debe adaptar a los cambios del mercado, sin embargo esta investigación y sus recomendaciones pueden servir de base para futuros lineamientos.

### **Recomendación nº 1: Definición de una política turística**

Entre las funciones y responsabilidades que tiene el municipio en materia turística es fundamental definir una política turística a nivel local. Dicha política turística no debe ser pensada como una política sectorial que forma parte de la política económica, sino que debe ser considerada una política no dependiente de otras al considerarla multidisciplinaria en cuanto a su contenido y aplicación de sus herramientas.

Dentro de las debilidades se identificó la falta de una política turística; se recomienda otorgar al área de turismo un mayor rango administrativo y al actor de la política turística un tipo de dedicación exclusiva a la misma.

Entre las funciones y responsabilidades que tiene el municipio para lograr el desarrollo de la actividad se puede nombrar:

- Generar y facilitar las condiciones adecuadas para la construcción de infraestructura pública y de oferta turística.
- Promocionar el destino y gestionar su imagen.
- Otorgar ventajas fiscales para estimular las inversiones en infraestructura turística.
- Generar un marco legislativo y normativo que regule la actividad turística y las distintas relaciones que se dan en el sistema.
- Llevar adelante relevamientos de los elementos del sistema turístico (de manera sostenida en el tiempo) para identificar problemas y poder actuar a tiempo.

### **Recomendación nº 2: Planificación Turística**

La planificación turística es un proceso fundamental para lograr el desarrollo turístico y alcanzar el éxito en la gestión de la actividad.

Dicha acción planificadora debe ser flexible, concertada con la comunidad local (para generar una conciencia turística) y pensada para el corto, mediano y largo plazo.

Desde la teoría una planificación bien realizada permite intervenir en la realidad de un destino y orientarlo hacia una situación considerada más favorable. Esto posibilita tomar decisiones sobre el curso de la actividad.

### **Recomendación nº 3: Desarrollo de productos**

Para fortalecer la posición competitiva de la ciudad de Berisso como destino turístico, es fundamental desarrollar productos con identidad propia.

Los productos turísticos son la combinación de recursos + equipamiento + infraestructura y servicios turístico + actividades recreativas + imagen del destino; ofrecen beneficios capaces de atraer consumidores ya que satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas a su tiempo libre.

Para la elaboración del producto turístico se debe tener en claro qué sector de la demanda se quiere atraer, qué recursos y servicios se tiene para ofrecer y en base a eso qué negocio se quiere crear (turismo de aventura, cultural, de negocios, rural, ecoturismo, etc.).

Este producto debe ser una manifestación de la identidad cultural de Berisso ya que de otra manera pierde su principal riqueza y deben destacar la singularidad que tiene la ciudad.

Una de las fortalezas del Partido de Berisso es la identidad tan definida que tiene en relación a la historia de los inmigrantes y que está legitimada con la declaración de Capital Provincial del Inmigrante; es sobre esta base que se debería comenzar a crear un producto turístico sólido.

### **Recomendación nº 4: Promoción**

De nada sirve acondicionar la ciudad si la demanda no conoce el producto. La promoción turística forma parte de las responsabilidades del sector público y si bien requiere de un esfuerzo económico significativo puede comenzar con pequeñas acciones.

A la promoción que realiza el área de turismo y la Cámara de Turismo de Berisso en ferias, nacionales e internacionales, y en eventos turísticos a los que los invitan; se le deben sumar herramientas que permitan un alcance mayor de conocimiento. Se puede comenzar con la elaboración de una página web exclusiva de la ciudad y sus atractivos, presencia en redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn) y aprovechamiento de aquellas redes que permiten subir contenidos audiovisuales exclusivos (Instagram, Pinterest). También se pueden realizar invitaciones a agentes de viajes, hoteleros o *influencers* y *bloggers* relacionados a los viajes a realizar una visita guiada por los principales atractivos.

### **Recomendación nº 5: cooperación entre los sectores públicos y privados**

La cooperación entre el sector público y privado es cada vez mas importante para lograr la competitividad del destino; lo que permite pensar en un desarrollo turístico sostenible.

El sector público debe favorecer e incentivar la participación del sector privado apoyando sus iniciativas y supervisando la gestión de los productos e impulsando la construcción de infraestructura como hoteles, empresas de servicios (guías, organización de paseos y excursiones, alquiler de equipos deportivos, etc.) y comercio, entre otros.

La cooperación que se da en la ciudad entre ambos sectores debe ser reforzada por ejemplo otorgándoles un espacio fijo a los microemprendedores y artesanos creando así una feria de fines de semana lo que atraería algunos visitantes y a su vez promueve el desarrollo del empleo.

También se podría ofrecer incentivos fiscales aquellos emprendedores que quieran invertir en la ciudad con establecimientos turísticos como cabañas, hoteles, emprendimientos gastronómicos, etc.

A su vez el sector privado podría participar en la mejora de la señalética de los atractivos o ayudar en la conservación de los recursos patrimoniales urbanísticos.

Es importante, para lograr el desarrollo turístico local, que se considere al turismo como una política pública, se coordinen las distintas áreas que intervienen en la actividad (ya que la política turística es interdependiente de otras políticas públicas), se realice una adecuada optimización de los recursos naturales y culturales disponibles; y por sobre todo se lleve a cabo una estrategia planificada con el fin de desarrollar nuevos productos con entidad propia y comercialización de los mismos. Esto puede determinar la diferencia entre obtener un producto competitivo o un producto mediocre que tienda a desaparecer en el tiempo.

---

# **CONCLUSIONES FINALES**

---

A modo de conclusiones, se puede afirmar que el Partido de Berisso cuenta con importantes recursos naturales y culturales; además las tendencias del turismo nacional y el ambiente en el que se encuentra inmerso le proporcionan considerables oportunidades para posicionarse como un posible destino turístico de fin de semana.

Del análisis de los **recursos turísticos locales**, se pudo inferir que Berisso posee una oferta de recursos muy interesante tanto naturales como culturales y si bien no tiene un amplio calendario de eventos, las fiestas que se desarrollan en la ciudad son los factores más atrayentes y conocidos. Como debilidad se puede mencionar la falta de infraestructura y conservación de gran parte de los recursos como la Calle Nueva York que es uno de los principales puntos a visitar no se encuentra en condiciones adecuadas para ofrecer una experiencia gratificante al visitante. Los recursos naturales son los que tienen mayores condiciones para realizar actividades.

En cuanto a la **planta turística**, la oferta gastronómica es bastante débil; el mayor porcentaje de establecimientos son de comida al paso, tampoco se ofrecen comidas de las colectividades inmigrantes lo cual podría ser un recurso potencial para atraer visitantes y generar empleo calificado.

Respecto a la oferta de alojamiento el sector hotelero es el área más deficiente en la oferta turística. La ciudad cuenta solo con 1 hostel de 25 plazas que en el momento de mayor afluencia de visitantes (Fiesta del Inmigrante y del Vino de la Costa) no tiene capacidad para satisfacer la demanda. Son predominantes los campings que brindan servicio de acampe divididos en dos zonas: la Isla Paulino y el área de Los Talas y las playas.

En tanto es destacable la presencia de una oficina de información turística, que si bien no tiene datos cuantitativos ni cualitativos de los visitantes de la ciudad, brinda información de los atractivos tanto a residentes como a turistas.

En lo que se refiere a la **infraestructura** de la ciudad la misma tiene bastantes deficiencias en brindar servicios de gas, luz y agua potable en varias zonas de la localidad. Los accesos se encuentran en buen estado pero muchas de las calles principales de la ciudad no lo están. Una de las principales debilidades es la falta de señalética de los atractivos. Otro de los inconvenientes que afronta la ciudad son las inundaciones.

El análisis de la **superestructura** entendida como el conjunto de organismos públicos y privados, puso de manifiesto la falta de una política turística de parte del municipio y una total falta de autonomía del área de turismo que depende de la Secretaría de Producción. Respecto a la Cámara de Turismo de Berisso tiene como función reunir y representar a los actores privados del área turística además de en algunas ocasiones brindar el servicio de guía y recorrido por el Delta.

Del estudio de la **demanda** se pudo determinar que de la demanda real la mayoría de afluencia a los atractivos corresponde a la población local, seguido por visitantes de la ciudad de La Plata siendo así el mercado emisor más cercano a Berisso; y en tercera posición se encuentran los visitantes provenientes de CABA Y Gran Buenos Aires. Los atractivos con mayor afluencia fueron las playas, la Calle Nueva York, la Fiesta del inmigrante, la Isla Paulino, el Delta y la Fiesta del Vino de la Costa.

Con respecto a la demanda potencial se ha podido determinar que el Partido de Berisso cuenta con un nivel de conocimiento del 95,2% (por conocerla, por haberla



visitado o escuchado hablar de ella). El principal motivo para concurrir a la ciudad es la visita a familiares y/o amigos (40,7%) seguido de un porcentaje mucho menor que lo ha echo por cuestiones de ocio y placer (27,2%). Aunque hay un bajo conocimiento de los atractivos que se encuentran en la localidad (34,3%) el 78,2 % de los encuestados recomienda visitarla.

Como conclusión de las percepciones de la comunidad local referida a la situación actual de la actividad turística en la ciudad se pudo determinar que la mayor parte de los participantes consideraron que Berisso no está turísticamente desarrollado y un porcentaje mayor no cree que la ciudad este adecuadamente prepara para recibir turistas; aún así recomendarían visitar la ciudad por la cultura, la historia, el patrimonio natural y por ser un lugar tranquilo con buena gente.

Estos resultados sirven para tener un panorama de cómo ve la comunidad local la actividad turística de la ciudad; permitiendo realizar una planificación participativa concientizando a la comunidad de los beneficios del turismo y la importancia de su desarrollo y también para los actores tener en cuenta las opiniones de los ciudadanos.

Una vez analizados todos los elementos del sistema turístico propuesto se procedió a realizar un **diagnóstico evaluativo** que reuniera las fortalezas y debilidades del destino y las confrontara con las oportunidades y amenazas que le presenta el ambiente. Con el fin de establecer los factores internos y externos que están afectando a Berisso tanto positiva como negativamente y en base a estos resultados proponer soluciones a los problemas encontrados.

Como conclusión de toda la investigación realizada se puede determinar que el Partido de Berisso como destino de turistas y excursionistas se encuentra en el inicio del ciclo de vida del destino en una fase de exploración. Si bien tiene algunos atractivos consolidados, no sucede lo mismo con toda su oferta turística.

Es así que se proponen cinco recomendaciones, para comenzar a dar los primeros pasos en el camino del desarrollo turístico local y posicionar a Berisso como un destino turístico líder en la región.

---

# BIBLIOGRAFÍA

---

Bercial Reyes A.; Barrado Timó Diego A. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de diagnósticos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión*. Cuadernos de Turismo, 15 pp 27-43

Brugaletta, Romina; et al. (2010). *Caracterización productiva regional: La Plata, Berisso, Ensenada*. Recuperado de [http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/caracterizacion\\_productiva\\_regional\\_la\\_plata\\_berisso\\_ensenada.pdf](http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/caracterizacion_productiva_regional_la_plata_berisso_ensenada.pdf)

Burgwall, Gerrit y Cuéllar, Juan Carlos. (1999). *Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales*. Abya Yala. Ecuador.

Cea D'Ancona M.<sup>a</sup> Ángeles (2012). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Proyecto editorial Síntesis sociológica.

Cervera Medel M. (2008). *FODA: un enfoque prospectivo*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Universidad Nacional Autónoma de México. México

Consejo federal de inversiones. (2005). *La producción en Berisso. Aportes para la consolidación de un Plan de Desarrollo Local*. Argentina

Delgado de Cantú (2003) *México estructuras políticas, económica y social*. Pearson. pp 259. México

Díaz Eduardo A. (2013) *Políticas Turísticas: una mirada actual*. Editorial de la Universidad de La Plata. Argentina

García, B., Reinares, E. y Armelini, G (2013). *Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile* aDRResearch ESIC No 7 Vol 7 pags. 76 a 93. Chile

Gonzalez Hector (2010). *Teoría general de los sistemas. Las organizaciones como sistemas abiertos*. Universidad Nacional de La Plata. Argentina

Hueso A.; Cascant M<sup>a</sup> Josep (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*. Universitat Politècnica de València. Volumen 1 pp 1. España.

Lavalle Natalia (2013) *Política turística: cuestiones sobre autonomía e interdependencia*. Tesis Final. Argentina.

McIntosh, R.; Goeldner Ch.; Ritchie, J., (1999): *Turismo Planeación, Administración y Perspectiva*. Limusa-Wiley. México. <http://www.eumed.net/rev/delos/08/fjcv.html>

Ministerio de turismo (2013) *Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes (PROFODE)*. Subsecretaría de desarrollo turístico. Argentina.

- Organización Mundial del Turismo (1997). *Introducción al turismo*. OMT. Madrid
- Organización Mundial del Turismo (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. 1ª edición. OMT. Madrid, España
- OMT. (2001). *Cooperación entre los sectores público y privado*. OMT. España
- Osorio García, Maribel. (2006). *La planificación turística. Enfoques y modelos*. Revista Quiviera. Vol 8, número 001. UAEM. México.
- Osorio Garcia M.; Martinez Mario A.; Castillo Néchar M.; Arellano Hernandez A. (2012) *Hacia una caracterización de la Política Turística*. PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural. Vol. 10, núm. 3, pp. 417-428. España
- Pérez Pamela (2012). *El ciclo de vida de un área turística: su aplicación a la Costa del Sol española y su medio ambiente*. Universidad Estatal de California. España
- Quijano Ricaurte Carla. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Ecuador.
- Rodriguez Fariñas R. (2011). Destinos turísticos. Realidad y concepto. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Vol 4, nº 11  
<http://www.eumed.net/rev/curydes/11/rrf.html>
- Sancho Amparo (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. OMT. España
- SCHWEITZER, P. (2008). *Turismo y desarrollo local*. Tesina Diploma Superior en Desarrollo Local y Economía Social, FLACSO, Buenos Aires. Documento electrónico:  
<http://politicaspUBLICAS.flacso.org.ar/files/monografias/turismoydesarrollo.pdf>
- SECTUR. *Planificación y gestión del desarrollo turístico municipal*. México
- Silva Lira I; Sandoval Carlos. (2012). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social*. Chile

**Fuente online:**

- Fiesta del Vino de la Costa. Las sensaciones de Adriana González y de Andrés Aguiar  
<http://www.berissociedad.com.ar/nota.asp?n=&id=17605>
- Berisso. (2016). En *Wikipedia*. Recuperado el 15 de marzo del 2016 de  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Berisso>
- Honorable Cámara de Diputados de la Nación. (2012). *Declaración de Interés Cultural de la Honorable Cámara de Diputados de la Nación a la "Fiesta Provincial del Inmigrante 2012"*. Recuperado de  
<http://www1.hcdn.gov.ar/proyxml/expediente.asp?fundamentos=si&numexp=6121-D-2012>

Fiesta provincial del Inmigrante. (s.f). Municipalidad de Berisso. Recuperado el 15 de marzo del 2016 de <http://www.berisso.gov.ar/fiesta-provincial-del-inmigrante.php>

Calle Nueva York. (s.f). Municipalidad de Berisso. Recuperado el 15 de marzo del 2016 de <http://www.berisso.gov.ar/calle-nueva-york.php>

---

# ANEXOS

---

### **Fórmula de aplicación para determinar el tamaño de la muestra**

Para calcular el tamaño de la muestra para las encuestas a realizarse a la población local del partido de Berisso en base a un muestreo aleatorio simple, y conociendo el total de habitantes mayores de 18 años, se utilizará para su cálculo la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Donde,

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96 (para una distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error)

p = variabilidad positiva = 0.95

q = variabilidad negativa = 1 - p = 1 - 0.95 = 0.05

N = Tamaño de la población = Población total del partido de Berisso mayor a 18 años = 61.153

E = Error de Estimación = 5% = 0.05

Entonces:

$$n = \frac{(1.96)^2 0.95*(1-0.95)*61153}{61153 (0.05)^2 + (1.96)^2 0.95*(1-0.95)} = 72.90 \approx 73$$

## Entrevistas

Nombre del entrevistado	Leandro Magliano
Cargo en el que se desarrolla	Ex coordinador del área de turismo en la Secretaría de Producción
Lugar y fecha de la entrevista	Consejo deliberante de la ciudad de Berisso 01/03/2017

### 1) ¿Cómo es su relación con la actividad turística en el partido de Berisso?

Fui coordinador del área de turismo en la Secretaría de Producción desde el año 2012 hasta el 2015 cuando finalizó el gobierno del entonces intendente Enrique Sle Zack y cambiaron las autoridades municipales.

Mi función era representar el área de turismo en las actividades que se desarrollaban a nivel provincial y nacional.

### 2) ¿Cuál era la función que tenían como área encargada del turismo?

El objetivo del departamento era gestionar y mantener la infraestructura necesaria que se precisa para albergar visitantes en la ciudad. Nos centrábamos en puntos estratégicos como el Delta, la Isla Paulino y parte del Río Santiago. El área rural de Los talas y la zona de quintas donde se asientan los productores del Vino de la Costa y las playas, principalmente La Balandra donde se intentó proveer de la infraestructura necesaria (sanitarios, lugares de acampe, garita de guardavidas, etc) para que el visitante se sienta cómodo.

### 3) ¿Desde el municipio se considera al turismo como una actividad importante?

#### ¿Tienen una política turística concreta?

Se intentaban hacer pequeñas cosas para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística. Considero que a nuestra gestión le faltó tiempo y sobre todo un mayor presupuesto. El ejecutivo en ese momento consideraba más importante otros problemas que tenía la ciudad, tanto sociales como económicos, temas de inseguridad, etc. y no tomaba al turismo como una actividad económica importante que logra generar empleo e ingresos al municipio.

### 4) ¿Cuál es el objetivo que tiene el municipio con respecto a la actividad?

El objetivo que tenía el municipio era construir y mejorar la infraestructura para el desarrollo de la actividad turística y generar empleo a través de los productores, artesanos y microemprendedores.

La mayoría de las acciones que se llevaban a cabo tenían como objetivo posicionar al Vino de la Costa a nivel nacional como un producto distintivo de la ciudad.

Se quería atraer un mercado distinto al que tiene Mendoza, porque las vides que se plantan acá son diferentes (uva americana variedad Isabella) y esta la distinción de que el vino también se hace con ciruelas, pero se quería tener un circuito del vino similar al de la provincia con recorridos por los viñedos, degustaciones, compra de vino, etc. Esto generaría empleo y a su vez flujo turístico hacia la ciudad.

### 5) ¿Existe alguna norma u ordenanza específica que regule la actividad?

No hay legislación de las actividades relacionadas con el turismo, por ejemplo, a los proveedores de servicios de tours de pesca no se les cobra canon por utilización de espejo de agua, ni por amarre y no pagan ningún impuesto. Se intentó legislar pero hubo problemas.



Hay una ordenanza que regula la protección y conservación del patrimonio arquitectónico pero nada más que eso.

**6) ¿Considera usted que la ciudad está adecuadamente preparada para recibir turistas?**

Por mi experiencia diría que no. Le faltan servicios de alojamiento, de gastronomía, transporte y servicios básicos.

Nos dábamos cuenta en las distintas fiestas que venía mucha gente, de todos lados, sobre todo de la provincia de Buenos Aires y no podíamos dar respuesta a las necesidades de éstos visitantes. Se querían quedar, recorrer y alojarse en la ciudad y no podían, así que se iban o se alojaban en Ensenada o en La Plata.

Esta falta de infraestructura se evidenció aún más cuando Berisso ingresó a la Cámara de Turismo Regional del gran La Plata y comenzó a participar en ferias como la Feria Internacional de Turismo (FIT) y salir en medios nacionales. Eso generó que muchos empresarios, emprendedores y público en general conozcan la ciudad y se produjo un boom de visitantes a los que no les podíamos satisfacer las necesidades de ocio que venían a buscar.

Venían a las fiestas y después no tenían más nada que hacer, el municipio no les ofrecía conocer otros atractivos porque no se encontraban en condiciones adecuadas como para ser disfrutadas o visitadas.

**7) ¿Cuáles considera usted que son las principales fortalezas que tiene el partido para desarrollarse turísticamente? ¿Y sus principales debilidades?**

Las principales fortalezas que tiene la ciudad es su patrimonio natural y cultural.

En Berisso hay mucha historia, desde los inmigrantes, hasta los trabajadores de los frigoríficos, el nacimiento del peronismo; tiene un patrimonio arquitectónico de ciudad portuaria del siglo pasado muy interesante, junto con los edificios de los frigoríficos, de la Calle Nueva York, etc.

Referido al patrimonio natural, bueno tiene la Isla Paulino, el monte ribereño, es el punto de la selva más austral, las playas, el río. Y también hay que considerar todas las actividades que se pueden realizar: pesca, avistaje de fauna y flora, recorridos en kayak, deportes náuticos, etc.

Tiene muchos atractivos que las ciudades vecinas no tienen, solo hay que saber gestionarlo.

Y respecto a las debilidades creo que carece de una planificación turística, falta un plan y un proyecto que tenga en cuenta todos los parámetros de la actividad y que sea a largo plazo. Tampoco tiene la infraestructura necesaria y la ciudad no esta adecuada para recibir a personas con capacidades diferentes.

**8) ¿De que manera el municipio promociona la ciudad?**

La manera de promocionar el turismo es a través de folletería sistematizada por tema. También se hace promoción en eventos importantes relacionados al turismo como la Feria de Buenos Aires y la FIT. Participamos encuentros con la Cámara Regional de Turismo y la Cámara Gastronómica para trabajar en conjunto de manera regional; después salir en todos los medios que se pueda tanto gráficos como radiales y eventos o fiestas donde se nos invite.

En Internet no hay promoción ni difusión porque faltaba información para poder tener una página específica de turismo, solo hay lo que está en la página oficial de la municipalidad.

**9) ¿El municipio brinda apoyo a los emprendedores locales relacionados con la actividad?**

A los que están directamente relacionados con la actividad, no.

Si apoya a los productores de vino, artesanos y microemprendedores, todo lo que sea que genere empleo y que si por consecuencia eso atrae visitantes se aprovecha, o sea que a los trabajadores indirectos si pero a la actividad directamente no.

# Fichas de relevamiento

## *Ficha de relevamiento N°1: ATRACTIVOS*

1) Nombre del recurso o atractivo

---

2) Ubicación del atractivo

---

3) El atractivo se encuentra:  Dentro de la ciudad (en el área urbana)

Fuera de la ciudad (en los alrededores)

4) Clasifique el atractivo según sea:

### 4.1) NATURAL

Playa de río

Bahía

Playa de laguna

Caída de agua

Playa de mar

Aguas termales

Río/Laguna sin playa

Bosque

Mar sin playa

Monte

Isla/Islote

Delta

Estero

Observación de  
flora y fauna

### 4.2) CULTURAL

Museo

Feria y/o mercado

Arquitectura tradicional

Artesanías

Lugar histórico

Artes (especifique)

Monumento histórico

Comidas y/o  
bebidas típicas

Ruina/Sitio arqueológico

Grupo étnico

Manifestación religiosa

Acontecimiento  
programado

5) El atractivo puede disfrutarse durante:

Todo el año

Por temporada (especifique)

\_\_\_\_\_

Evento programado (especifique fecha)

6) ¿Cuáles son los días y horarios de atención o de disfrute del atractivo?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7) ¿El atractivo tiene algún uso por parte de la comunidad local?  Si  No

8) ¿El atractivo es parte de algún circuito turístico?  Si  No Por favor especifique

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9) El atractivo se encuentra actualmente:

- Conservado
- Deteriorado con posibilidad de recuperación
- Deteriorado sin posibilidad de recuperación

10) ¿Quién o quienes están a cargo del atractivo?

\_\_\_\_\_

11) Las tierras dónde se encuentra el atractivo son:

- Privadas
- Públicas
- Municipales
- Fiscales
- Otras

12) ¿Se han realizado gestiones para su conservación o restauración?  Si  No  
Por favor especifique

\_\_\_\_\_

13) ¿Existen restricciones o regulaciones para el uso del atractivo?  Si  No  
Por favor especifique

\_\_\_\_\_

14) Las vías de acceso que conducen al atractivo son:

- |                                                   |                                   |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pavimentadas/ asfaltadas | <input type="checkbox"/> Fluvial  |
| <input type="checkbox"/> Adoquinada               | <input type="checkbox"/> Marítima |
| <input type="checkbox"/> Empedrada                | <input type="checkbox"/> Aérea    |
| <input type="checkbox"/> Tierra                   | <input type="checkbox"/> Sendero  |

15) Aquellas vías de acceso mencionadas anteriormente ¿en qué estado se encuentran?

- Muy bueno
- Bueno

- Regular
- Malo

16) Para llegar al atractivo existe señalización:

16.1) Vial:  Si  No

16.2) Turística:  Si  No

17) ¿Cuál/cuáles de los siguientes transportes acercan al atractivo? Puede elegir más de una opción.

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bus       | <input type="checkbox"/> Tren     |
| <input type="checkbox"/> Taxi      | <input type="checkbox"/> Avión    |
| <input type="checkbox"/> Lancha    | <input type="checkbox"/> Avioneta |
| <input type="checkbox"/> Canoa     | <input type="checkbox"/> Otro     |
| <input type="checkbox"/> Camioneta | <input type="checkbox"/> Ninguno  |

18) ¿Cuál/ cuáles son los servicios que existen actualmente en el atractivo o sus alrededores?

- |                                       |                                                            |
|---------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Restaurante  | <input type="checkbox"/> Servicio de agua potable          |
| <input type="checkbox"/> Bar          | <input type="checkbox"/> Accesibilidad a red wi-fi gratis  |
| <input type="checkbox"/> Supermercado | <input type="checkbox"/> Servicio de Guía                  |
| <input type="checkbox"/> Kiosco       | <input type="checkbox"/> Señalización                      |
| <input type="checkbox"/> Alojamiento  | <input type="checkbox"/> Servicio de recolección de basura |
|                                       | <input type="checkbox"/> Ninguno                           |

19) ¿Cuáles son las actividades recreativas que se pueden realizar en el atractivo? Puede elegir más de una opción.

- |                                                       |                                                       |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Natación                     | <input type="checkbox"/> Compras                      |
| <input type="checkbox"/> Pesca deportiva              | <input type="checkbox"/> Gastronomía                  |
| <input type="checkbox"/> Caza                         | <input type="checkbox"/> Conocimientos antropológicos |
| <input type="checkbox"/> Deportes de cancha           | <input type="checkbox"/> Conocimientos históricos     |
| <input type="checkbox"/> Deportes de aventura/riesgo  | <input type="checkbox"/> Eventos programados          |
| <input type="checkbox"/> Deportes acuáticos           | <input type="checkbox"/> Camping                      |
| <input type="checkbox"/> Competencias deportivas      | <input type="checkbox"/> Picnic                       |
| <input type="checkbox"/> Caminatas                    | <input type="checkbox"/> Ciclismo                     |
| <input type="checkbox"/> Paseo en bote/lancha         | <input type="checkbox"/> Buceo/snorkel                |
| <input type="checkbox"/> Paseo a caballo              | <input type="checkbox"/> Parapente                    |
| <input type="checkbox"/> Visitas guiadas              | <input type="checkbox"/> Otros                        |
| <input type="checkbox"/> Observación de flora y fauna |                                                       |

Comentarios

---

---

---

20) ¿Cuáles son las instalaciones con las que cuenta actualmente el atractivo para poder realizarse actividades recreativas y turísticas? Señale las que corresponden, puede elegir más de una opción

- |                                     |                                               |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sanitarios | <input type="checkbox"/> Puentes              |
| <input type="checkbox"/> Vestuarios | <input type="checkbox"/> Circuitos de sendero |

- Piscina
- Canchas deportivas
- Muelle
- Mirador

- Refugio
- Pasarela
- Otros
- Ninguno

21) Especifique la calidad de las instalaciones existentes. Puntuándolas según corresponda con Muy buena, Buena, Regular y Mala:

---

---

---

---

22) En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones especificar cuáles cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades:

---

---

---

---

23) Comentarios

## Ficha de Relevamiento N°2. INFRAESTRUCTURA

### 1) TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

a) Distancias de la ciudad de Berisso a las principales ciudades de la región:

- CABA:

-La Plata:

b) Principales vías de acceso a la ciudad:

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ruta      | <input type="checkbox"/> Fluvial  |
| <input type="checkbox"/> Autopista | <input type="checkbox"/> Marítima |
| <input type="checkbox"/> Avenida   | <input type="checkbox"/> Aérea    |

c) ¿Cuál es el estado de las vías de acceso a la ciudad?

- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

d) Para llegar a la ciudad y dentro de ella ¿existe señalización?

d.1) Vial  SI  NO

d.2) Turística  SI  NO

e) ¿En la ciudad se hace uso de los siguientes transportes públicos?

- |                               |                                                     |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bus  | <input type="checkbox"/> Lancha                     |
| <input type="checkbox"/> Taxi | <input type="checkbox"/> Canoa                      |
| <input type="checkbox"/> Tren | <input type="checkbox"/> Otro<br>(especificar)_____ |

f) ¿En la ciudad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte?

- |                                             |                                          |
|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bus                | <input type="checkbox"/> Lancha          |
| <input type="checkbox"/> Taxi               | <input type="checkbox"/> Canoa           |
| <input type="checkbox"/> Tren               | <input type="checkbox"/> Puerto fluvial  |
| <input type="checkbox"/> Aéreo              | <input type="checkbox"/> Puerto Marítimo |
| <input type="checkbox"/> Otro (especificar) |                                          |

### 2) COMUNICACIONES

a) ¿Existe servicio telefónico en la comunidad?  SI  NO

- b) ¿Existe señal de servicio telefónico celular y 3g en la comunidad?  SI  NO
- c) ¿La municipalidad brinda servicios de Wi-Fi gratuito?  SI  NO
- d) ¿Existe oficina de correos en la ciudad?  SI  NO

### 3) SANIDAD

- a) Existe red de agua entubada?  SI  NO
- b) ¿Fuente principal de abasto/ qué tipo de agua se consume?
- Red pública  Otra fuente por tubería
- Pozo  Otro
- Llave pública
- c) ¿Cómo elimina la basura la mayoría de la población?
- Carro recolector  Se entierra
- Se quema  Otro
- d) ¿Existe política de reciclaje de basura?  SI  NO
- e) ¿Existen establecimientos de salud en la ciudad?  SI  NO
- f) Indique cuáles son los establecimientos de salud que existen en la ciudad
- Centro de salud  Clínicas privadas
- Hospital público  Hospital privado
- Unidad móvil  Farmacias
- Consultorio privado  Otros

### 4) ENERGÍA

- a) ¿Existen servicios de energía eléctrica en la comunidad?  SI  NO
- b) ¿Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica?  SI  NO
- c) ¿Existen estaciones de servicios en la ciudad?  SI  NO



# Encuestas

## Encuesta N°1. Oferta local: Alojamiento

La siguiente encuesta forma parte del trabajo de investigación de la carrera Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar la oferta de alojamiento de la ciudad de Berisso y conocer las percepciones que tienen los prestadores de servicios sobre la situación actual de la actividad turística en la ciudad y su posibilidad de desarrollo. Muchas gracias por su colaboración.

---

1) Nombre del establecimiento:

---

2) Tipo de establecimiento:

- |                                                     |                                  |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hotel                      | <input type="checkbox"/> Hostel  |
| <input type="checkbox"/> Pensión                    | <input type="checkbox"/> Cabaña  |
| <input type="checkbox"/> Estancia                   | <input type="checkbox"/> Camping |
| <input type="checkbox"/> Otro<br>(especifique)_____ |                                  |

3) ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento?:

- |                                           |                                           |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de 1 año   | <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 años |
| <input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 años | <input type="checkbox"/> Más de 5 años    |
|                                           | <input type="checkbox"/> Mas de 10 años   |

4) ¿Cuántas plazas tiene el establecimiento?

---

5) ¿Cuáles son los momentos del año con mayor estadia?

- |                                                                 |                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de verano                   | <input type="checkbox"/> Fines de semana             |
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de invierno                 | <input type="checkbox"/> Fines de semana largo       |
| <input type="checkbox"/> Fiestas/eventos (especificar)<br>_____ | <input type="checkbox"/> Otro (especificar)<br>_____ |

6) ¿Cuál es la estadia promedio en su establecimiento?

- |                                   |                                          |
|-----------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 noche  | <input type="checkbox"/> 3 noches        |
| <input type="checkbox"/> 2 noches | <input type="checkbox"/> más de 3 noches |

7) ¿Cantidad de huéspedes que recibe al mes? \_\_\_\_\_

8) ¿Cuál es el precio de la estadia por noche?

---

9) ¿Cuál es la cantidad de empleados que tiene el establecimiento? \_\_\_\_\_

10) ¿El establecimiento es atendido por sus propios dueños? \_\_\_\_\_

11) Seleccione los servicios que brinda su establecimiento

- |                                                            |                                                  |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Desayuno                          | <input type="checkbox"/> Parrillas               |
| <input type="checkbox"/> Restaurante/Bar                   | <input type="checkbox"/> Quincho                 |
| <input type="checkbox"/> Entretenimiento                   | <input type="checkbox"/> Luz eléctrica           |
| <input type="checkbox"/> Internet Wi-Fi                    | <input type="checkbox"/> Agua potable            |
| <input type="checkbox"/> Sala de reuniones                 | <input type="checkbox"/> Estacionamiento         |
| <input type="checkbox"/> Servicio de lavandería/Tintorería | <input type="checkbox"/> Información turística   |
| <input type="checkbox"/> Room service                      | <input type="checkbox"/> Otro (especifique)_____ |

12) ¿Qué es lo primero que piensa cuando se habla de TURISMO?

- Actividad económica
- Actividad socio-cultural
- Protección del patrimonio
- Viajes
- Ocio y placer
- Otros

13) ¿Cuáles cree usted que son los atractivos más importantes de la ciudad? Enumere los primeros 5 más importantes siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

<b>Atractivos</b>					
	1	2	3	4	5
<b>Playa Palo blanco</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Bagliardi</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Municipal</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Balandra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Delta</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Isla Paulino</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Calle Nueva York</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Iglesias</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Museos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sede de las colectividades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta Provincial del Inmigrante</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Vino de la Costa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de los Provincianos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Pejerrey</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de la Corvina Dorada</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14) Si considera algún otro atractivo que NO se encuentra en el listado anterior, por favor especifique a continuación. Enumérelo según su grado de importancia siendo 1 el más importante y 5 el menos importante

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

15) ¿Considera usted que la ciudad esta turísticamente desarrollada?

Si                                       No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

16) ¿Considera usted que la ciudad esta adecuadamente preparada para recibir turistas?

Si                                       No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

17) ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cuál las personas visitan Berisso?

- Por sus fiestas y eventos       Por la calidez de su gente
- Por su patrimonio natural       Por su cercanía a La Plata y CABA
- Por su patrimonio cultural e historia       Otro (especificar) \_\_\_\_\_

18) ¿Recomendaría visitar la ciudad de Berisso?

Si                                       No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

19) Comentarios:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Encuesta N°2. Oferta local: Restauración

La siguiente encuesta forma parte del trabajo de investigación de la carrera Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar la oferta gastronómica de la ciudad de Berisso y conocer las percepciones que tienen los prestadores de servicios sobre la situación actual de la actividad turística en la ciudad y su posibilidad de desarrollo. Muchas gracias por su colaboración.

---

1) Nombre y tipo de establecimiento:

---

2) ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el establecimiento?

- |                                           |                                           |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de 1 año   | <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 años |
| <input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 años | <input type="checkbox"/> Más de 5 años    |
|                                           | <input type="checkbox"/> Más de 10 años   |

3) ¿Cuál es la capacidad que tiene el establecimiento? \_\_\_\_\_

4) ¿Cuáles son los momentos del año con mayor estadia?

- |                                                              |                                                   |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de verano                | <input type="checkbox"/> Fines de semana          |
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de invierno              | <input type="checkbox"/> Fines de semana largo    |
| <input type="checkbox"/> Fiestas/eventos (especificar) _____ | <input type="checkbox"/> Otro (especificar) _____ |

5) ¿Cuál es la cantidad de comensales promedio que recibe al mes? \_\_\_\_\_

6) ¿Cuál es el precio promedio de un menú por persona? \_\_\_\_\_

7) ¿Cuál es la cantidad de empleados que tiene el establecimiento? \_\_\_\_\_

8) ¿El establecimiento es atendido por sus propios dueños? \_\_\_\_\_

9) ¿El establecimiento tiene convenio con algún establecimiento de alojamiento?

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

¿Por qué? \_\_\_\_\_

10) ¿Qué es lo primero que piensa cuando se habla de TURISMO?

- Actividad económica
- Actividad socio-cultural
- Protección del patrimonio
- Viajes

- Ocio y placer
- Otros

11) ¿Cuáles cree usted que son los atractivos más importantes de la ciudad? Enumere los primeros 5 más importantes siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

<b>Atractivos</b>					
	1	2	3	4	5
<b>Playa Palo blanco</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Bagliardi</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Municipal</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Balandra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Delta</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Isla Paulino</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Calle Nueva York</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Iglesias</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Museos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sede de las colectividades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta Provincial del Inmigrante</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Vino de la Costa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de los Provincianos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Pejerrey</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de la Corvina Dorada</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12) Si considera algún otro atractivo que NO se encuentra en el listado anterior, por favor especifique a continuación. Enumérela según su grado de importancia siendo 1 el más importante y 5 el menos importante

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

13) ¿Considera usted que la ciudad está turísticamente desarrollada?

- Sí
- No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

14) ¿Considera usted que la ciudad esta adecuadamente preparada para recibir turistas?

- Si  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

15) ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cuál las personas visitan Berisso?

- Por sus fiestas y eventos  Por la calidez de su gente  
 Por su patrimonio natural  Por su cercanía a La Plata y CABA  
 Por su patrimonio cultural e historia  Otro (especificar) \_\_\_\_\_

16) ¿Recomendaría visitar la ciudad de Berisso?

- Si  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

17) Comentarios:

---

---

## Encuesta N°3. Oferta local: Servicios de apoyo

La siguiente encuesta forma parte del trabajo de investigación de la carrera Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo analizar la oferta de alojamiento de la ciudad de Berisso y conocer las percepciones que tienen los prestadores de servicios sobre la situación actual de la actividad turística en la ciudad y su posibilidad de desarrollo. Muchas gracias por su colaboración.

---

1) Nombre del establecimiento:

\_\_\_\_\_

2) Tipo de servicio que brinda:

- |                                                            |                                          |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Agencia de viajes                 | <input type="checkbox"/> Tour operador   |
| <input type="checkbox"/> Oficina de información al turista | <input type="checkbox"/> Guía de turismo |

3) ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el establecimiento?:

- |                                           |                                            |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de 1 año   | <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 años  |
| <input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 años | <input type="checkbox"/> Entre 6 y 10 años |
|                                           | <input type="checkbox"/> Mas de 10 años    |

4) ¿Cuáles son los momentos del año con mayor demanda?

- |                                                                 |                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de verano                   | <input type="checkbox"/> Fines de semana             |
| <input type="checkbox"/> Vacaciones de invierno                 | <input type="checkbox"/> Fines de semana largo       |
| <input type="checkbox"/> Fiestas/eventos (especificar)<br>_____ | <input type="checkbox"/> Otro (especificar)<br>_____ |

5) ¿Cuál es la cantidad de empleados que tiene el establecimiento? \_\_\_\_\_

6) El establecimiento es de carácter

- |                                  |                                                      |
|----------------------------------|------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Privado | <input type="checkbox"/> Público (especificar) _____ |
|----------------------------------|------------------------------------------------------|

7) ¿Reciben pedidos de información de la ciudad y sus atractivos de personas NO residentes de Berisso?

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

¿De donde son? \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de información? \_\_\_\_\_

8) ¿Brindan información de atractivos de la ciudad a residentes de Berisso?

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

¿Qué tipo de información? \_\_\_\_\_

9) ¿Qué es lo primero que piensa cuando se habla de TURISMO?

- Actividad económica
- Actividad socio-cultural
- Protección del patrimonio
- Viajes
- Ocio y placer
- Otros

10) ¿Cuáles cree usted que son los atractivos más importantes de la ciudad? Enumere los primeros 5 más importantes siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

<b>Atractivos</b>					
	1	2	3	4	5
<b>Playa Palo blanco</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Bagliardi</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Municipal</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Balandra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Delta</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Isla Paulino</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Calle Nueva York</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Iglesias</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sedes de las colectividades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Museos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta Provincial del Inmigrante</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Vino de la Costa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de los Provincianos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Pejerrey</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de la Corvina Dorada</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12) Si considera algún otro atractivo que NO se encuentra en el listado anterior, por favor especifique a continuación. Enumérela según su grado de importancia siendo 1 el más importante y 5 el menos importante

---

---



13) ¿Considera usted que la ciudad esta turísticamente desarrollada?

Si  No

¿Por qué?\_\_\_\_\_

14) ¿Considera usted que la ciudad esta adecuadamente preparada para recibir turistas?

Si  No

¿Por qué?\_\_\_\_\_

15)¿Cuál cree usted que es el motivo por el cuál las personas visitan Berisso?

- Por sus fiestas y eventos  Por la calidez de su gente  
 Por su patrimonio natural  Por su cercanía a La Plata y CABA  
 Por su patrimonio cultural e historia  Otro (especificar)\_\_\_\_\_

16) ¿Recomendaría visitar la ciudad de Berisso?

Si  No

¿Por qué?\_\_\_\_\_

17) Comentarios:

---

---

## Encuesta N°5. Demanda potencial

La siguiente encuesta forma parte del trabajo de investigación de la carrera Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP). La misma tiene como objetivo intentar identificar la demanda potencial de la ciudad de Berisso y definir el perfil del turista que puede llegar a ir a visitar la localidad. Muchas gracias por su colaboración

---

1) Sexo:  Femenino  Masculino

2) Edad:

- |                                |                                    |
|--------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 18-24 | <input type="checkbox"/> 51-55     |
| <input type="checkbox"/> 25-30 | <input type="checkbox"/> 56-60     |
| <input type="checkbox"/> 31-35 | <input type="checkbox"/> 61-65     |
| <input type="checkbox"/> 36-40 | <input type="checkbox"/> 66-70     |
| <input type="checkbox"/> 41-45 | <input type="checkbox"/> más de 70 |
| <input type="checkbox"/> 46-50 |                                    |

3) ¿Cuál es su nivel educativo?

	Completo	Incompleto
Primario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Secundario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terciario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4) ¿Cuál es su actividad actual?

- Empleado público
- Empleado privado
- Trabajador independiente
- Profesional
- Comerciante
- Estudiante
- Otro

5) Lugar de origen:

- La Plata
- Ensenada
- Magdalena
- Punta Indio
- CABA y Gran Buenos Aires
- Interior de la Prov. De Bs As
- Interior del país
- Exterior

6) ¿Visitó, conoce o escucho nombrar a la ciudad de Berisso?

- Visité
- Conozco
- Escuché nombrar
- Ninguna de las anteriores

7) En caso de que la respuesta anterior sea SI ¿cómo conoció la ciudad?

- Ferias de turismo

- Agencia de viajes
- Revistas temáticas (viajes, pesca, viticultura, etc)
- Folletos
- Stand de Berisso en fiesta local
- Amigos
- Radio/Televisión
- Internet

8) ¿Cuál fue el motivo de su visita?

- Visitar familiares/ amigos
- Salud
- Trabajo
- Estudio
- Ocio
- Competencia deportiva
- Otro (especifique)\_\_\_\_\_

9) ¿Conoce usted qué atractivos hay en la ciudad de Berisso para visitar o disfrutar?

- Si  No

10) En caso que la respuesta anterior sea afirmativa ¿puede usted nombrar 3 atractivos que conozca de la ciudad?

- 1- \_\_\_\_\_
- 2- \_\_\_\_\_
- 3- \_\_\_\_\_

11) ¿Cuáles de los siguientes atractivos le gustaría conocer en caso de visitar la ciudad? Enumere los primeros 5 atractivos que más le interesaría conocer siendo 1 el que más le interesaría y 5 el que menos le interesaría

Atractivos					
	1	2	3	4	5
<b>Playa Palo blanco</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Bagliardi</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Municipal</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Playa Balandra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Delta</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Isla Paulino</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Calle Nueva York</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Iglesias</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Sedes de las colectividades</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Museos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta Provincial del Inmigrante</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Vino de la Costa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de los Provincianos</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta del Pejerrey</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Fiesta de la Corvina Dorada</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

12) Si considera algún otro atractivo que NO se encuentra en el listado anterior y usted tiene conocimiento del mismo por favor especifique a continuación. Enumérelo según su grado de interés siendo 1 el que más le interesaría y 5 el que menos le interesaría.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

13) ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cuál las personas visitarían Berisso?

- Por sus fiestas y eventos      Por la calidez de su gente
- Por su patrimonio natural      Por su cercanía a La Plata y CABA
- Por su patrimonio cultural e historia      Otro (especificar) \_\_\_\_\_

14) En caso de que conozca la ciudad ¿Recomendaría visitar la localidad de Berisso?

- Si                                       No

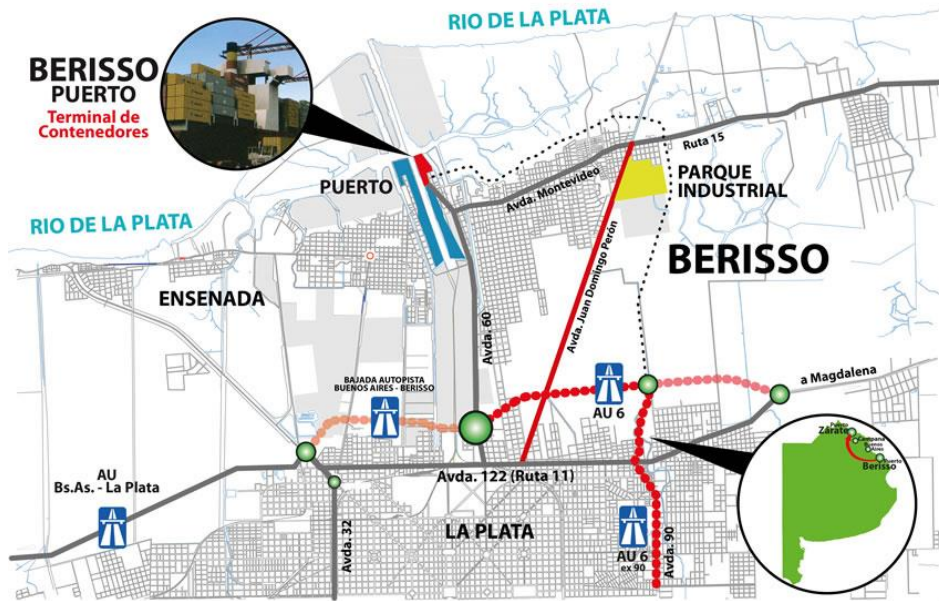
¿Por qué? \_\_\_\_\_

15) Comentarios:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Fotos del Partido de Berisso



Mapa productivo de la ciudad. Fuente: [www.berisso.gov.ar](http://www.berisso.gov.ar)

## Patrimonio arquitectónico









**Patrimonio natural**







