

# **Observatorio de satisfacción del turista en la Ciudad de Federación**

## **Autora:**

Lic. Mónica A. Beber - Facultad de Ciencias de la Gestión – Universidad Autónoma de Entre Ríos. [beber.monica@uader.edu.ar](mailto:beber.monica@uader.edu.ar)

## **Resumen**

El turismo es una de las principales actividades económicas de la ciudad de Federación y su desarrollo influye prácticamente en todos los sectores de la localidad.

Sin embargo, y pese a la importancia de la actividad, la información referida a la demanda turística de la ciudad de Federación provienen principalmente de la cantidad de ingresos producidos en termas y los datos proporcionados por los establecimientos que brindan alojamiento, produciéndose sesgo y reiteración de casos en los datos estadísticos referidos al tema y difundidos por el municipio.

En vista de esta falencia, y por iniciativa de un grupo de alumnos y docentes del 1° año de la tecnicatura en hotelería de la Facultad de Ciencias de la Gestión (FCG) dependiente de la Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER) que se dicta en la ciudad de Federación; y en un trabajo colaborativo con la Secretaría de Turismo de la Ciudad, se realizó durante el receso invernal de 2013 la 1° encuesta de satisfacción al turista en la que se trabajó con una muestra de 393 turistas obteniéndose datos que una vez analizados colaboraron con entidades gubernamentales y empresas del sector para adecuar la oferta a los requerimientos de la demanda, ofreciendo datos valederos y actuales sobre el perfil del turista que visita la ciudad de Federación y su percepción sobre atractivos y servicios que se brindan en la misma.

La actividad suma valor al ser una iniciativa de los alumnos de la carrera quienes, conscientes de la importancia que los datos sobre los requerimientos de la demanda tienen para el desarrollo turístico de la ciudad, sacrificaron voluntariamente el descanso del receso invernal para la realización de este estudio.

**Palabras clave:** “satisfacción del turista”, “encuesta de satisfacción”, “Federación”, “valoración de atractivos”, “estudio de mercado”

## **Introducción**

La ciudad de Federación se encuentra ubicada en la margen derecha del río Uruguay, sobre del Lago Artificial creado por la Represa de Salto Grande; en el extremo Nordeste de la provincia de Entre Ríos, República Argentina, siendo cabecera del departamento homónimo.



Figura I: Mapa de ubicación y plano de la ciudad.  
Fuente: [www.federacion.tur.ar](http://www.federacion.tur.ar)

Esta ciudad, que según censo del 2010 cuenta actualmente con 17.547 habitantes; tuvo varias ubicaciones y sufrió diferentes traslados que marcaron su historia y signaron su desarrollo. La primera de ellas data de 1777 en lo que fuera la “Estancia del Mandisoví” (situada 12 kilómetros al oeste de la actual ciudad) la que fue fundada por Juan de San Martín (padre del libertador) y funcionaba como posta de los viajes que se realizaban entre Buenos Aires y las colonias jesuíticas. Dicha Estancia fue reconocida como pueblo en 1810 cuando el General Belgrano, en su paso por el lugar durante la campaña del Paraguay, le asigna jurisdicción propia

realizando así la primera fundación del “Pueblo de Mandisoví”

En 1847, y luego de haber sido saqueada en varias oportunidades; por voluntad del Gral. Justo José de Urquiza la ciudad se traslada a orillas del río Uruguay y toma el nombre de “Federación” (en referencia al sistema de gobierno y la divisa del general “Federación o muerte”), concentrando gran parte de su economía en el desarrollo de la producción maderera, ya que a ella llegaban las “jangadas” desde el norte y era en su puerto, donde los troncos se cargaban en camiones para poder salvar el accidente generado en el río por el “Salto Grande” y llegar a Buenos Aires.

Pero el sigma del traslado vuelve a afectar a la ciudad, ya que en 1946 Argentina y Uruguay firman un tratado para la explotación hidroeléctrica del Río Uruguay, tratado que sería el responsable del tercer desarraigo y traslado “obligado” de Federación al dar paso en 1973 a la construcción de la Represa Hidroeléctrica de Salto Grande.

Este traslado a la “Nueva” Federación, cristalizado entre 1977 y 1979, a una ciudad planificada desde las bases, sobre cuyo emplazamiento fue el único tema en el que los vecinos tuvieron injerencia, constituyó un nuevo hito y fue una etapa sumamente traumática para los habitantes de la ciudad cuyos tejidos sociales no habían sido tenidos en cuenta.

La ciudad fue inaugurada oficialmente en 1979 por el Tte Gral. Jorge Rafael Videla y comenzó a rearmar sus entramados sociales debiendo adaptarse y enfrentar la vida en un espacio que no les resultaba propio, con calles desoladas y veredas no terminadas, sin edificios públicos habilitados, sin vegetación ni iluminación.

Es así como el tiempo transcurre para los habitantes de Federación, y demuestra que la ubicación de la ciudad, que fue elegida por el propio pueblo en base de sus afectos, decidiendo su emplazamiento a las orillas del lago generado por la represa (por la cercanía con el cementerio) y no a la vera de la Ruta Nacional N° 14; resultaba un factor

totalmente negativo para la economía y la subsistencia; los 18 kilómetros necesarios para acceder a Federación desde la mentada ruta eran transitados por muy pocos individuos y la ciudad decaía. Nos ilustra al respecto Martínez, E. (2011) en su libro *El agua termal en Federación. La mejor Historia* cuando nos indica que “...Esos duros años, posteriores al traslado hacia el nuevo emplazamiento, obligaron a los federaenses a vivir en una ciudad en construcción, en la que era muy difícil recuperarse del golpe asestado por el desarraigo y la demolición del pueblo, a lo que se sumaba la crisis maderera de la década de los ochenta, que hizo que los aserraderos detuvieran sus sierras.

*Pese a su particular arquitectura y su diseño moderno, la flamante ciudad estaba convirtiéndose en un pueblo fantasma, con jóvenes que buscaban oportunidades en otros lugares del país, se iban a estudiar y no volvían a radicarse, y familias que se exiliaban, tratando de encontrar prosperidad, escaparle a una vida cotidiana que se apagaba casi por inercia.*

*Hasta a las líneas de colectivo les resultaba inconveniente ingresar a la planta urbana, porque, para empeorar la situación, el flamante emplazamiento distaba dieciocho kilómetros del nuevo trazado de la Ruta Nacional N° 14. En una ciudad que no llegaba a contar con diez mil quinientos habitantes, tampoco había tantos pasajeros como para sostener este servicio...” (p. 17)*

Al tiempo que nos señala la situación económica imperante en la ciudad en esa época: “...en la peculiar década del 90, cuando el modelo económico nacional acentuaba la entrega del patrimonio del Estado, se exacerbaba la veneración de lo privado (...) Agudizada la crisis de los aserraderos, no existían alternativas productivas en Federación, como consecuencia de ese mismo modelo económico que castigaba la producción nacional (...) cuando las crisis económicas del país redujeron la actividad maderera a un nivel insignificante.” (pp. 13 a 16)

Situación que llevó a que, en 1992 el intendente Juan Carlos Cecco, retomando un antiguo proyecto del Concejo Deliberante, y basado en la existencia de termas en la vecina República Oriental del Uruguay; decida comenzar a realizar los estudios necesarios para detectar la existencia de las mismas en la margen derecha del río Uruguay. Los estudios resultaron positivos y en 1994 se comenzaron los trabajos de perforación obteniéndose agua potable desde una profundidad de 1.268 metros con una temperatura a boca de pozo de 43° C e inaugurándose el parque termal en 1997 dando un nuevo enfoque y nueva vida a la ciudad y su desarrollo y convirtiendo así a Federación en el primer Centro Termal del Litoral Argentino. (Bolonini, Capece, 2002) En la actualidad la ciudad centra su desarrollo en la actividad turística y el producto “Turismo salud” y “Turismo de bienestar” habiendo generado desde su inauguración a nivel nacional un cambio de concepto en lo que refiere a la percepción del “Termalismo” desde un turismo de la tercera edad y con motivaciones de cura a uno en el que el público es variado y la motivación principal es la prevención y el sentirse bien. Federación cuenta hoy con un parque termal municipal y más de 4.000 plazas de alojamiento homologadas y atractivos centrados en el termalismo (Parque termal, pileta de olas y futuro parque acuático), la historia (Museo de los asentamientos, Museo de la Imagen, Museo Termal) la tradición (La posta, centro recreativo tradicional), la naturaleza (Playas y la Reserva Forestal Chaviyú) y la producción (emprendimientos de apicultura y citricultura)

## Fundamentación

Actualmente los actores del sector turístico federense (municipio, entidades no gubernamentales y empresarios) carecen de datos reales que les sirvan de apoyo para adaptar su oferta a las demandas de los turistas y establecer objetivos de desarrollo a corto, mediano y largo plazo.

Tal como mencionan Bolonini, L & Capece, G (2002, p. 24) los datos estadísticos de ocupación y gasto turístico de la ciudad de Federación, se obtienen analizando la cantidad de entradas vendidas en el Complejo Termal y los referidos a la ocupación hotelera que los establecimientos homologados le facilitan a la Secretaría de Turismo Municipal. Dichas fuentes resultan altamente ineficaces al momento de obtener datos reales, la primera, de ellas por contabilizar al turista durante cada día que ingresa al complejo termal durante su estadía en la ciudad; la segunda pues no siempre los establecimientos remiten los datos reales sobre la ocupación existente.

En vista de ello, y por iniciativa de un grupo de alumnos y docentes del 1° año de la tecnicatura en hotelería de la Facultad de Ciencias de la Gestión (FCG) dependiente de la Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER) que se dicta en la ciudad; con el objetivo de obtener datos valiosos y actuales sobre el perfil del turista que visita la ciudad de Federación y su percepción sobre atractivos y servicios que se brindan en la misma; y en un trabajo colaborativo con la Secretaría de Turismo de la localidad; se realizó durante el receso invernal de 2013 la *1° Encuesta de Satisfacción al Turista*. Hablar de satisfacción implica, necesariamente, hacer referencia a una *necesidad*; la que puede ser entendida como un sentimiento de falta / ausencia o una insuficiencia de las necesidades percibidas por el individuo; como una reacción que se produce en la psiquis del mismo, quien ve roto el equilibrio entre sus necesidades y lo que el mundo exterior le ofrece para satisfacerlas.

Esta necesidad insatisfecha, origina un proceso que provoca un comportamiento para satisfacerla conocido como *motivación*, comportamiento este que es sumamente importante ya que, sea de forma consciente o inconsciente, esa insatisfacción *mueve* a la persona a actuar de una forma determinada para sentirse satisfecho.

Por esta razón, es necesario contar con un análisis adecuado acerca de las necesidades de los visitantes de una región y la manera en que los mismos las ven satisfechas. En este punto, y para el trabajo que se ha realizado, se debe mencionar a los dos actores involucrados en el tema, por un lado el turista<sup>2</sup> que es quién expresa sus necesidades y consume diversas experiencias; y por otro, tanto el empresario que produce y/o comercializa los servicios a utilizar, como el funcionario que promueve y fomenta el desarrollo de los mismos; actores estos que necesitan saber qué es lo que el turista está buscando para sentirse satisfecho.

Para poder conocer este dato, es indispensable aplicar una herramienta que permita medir la satisfacción sobre el producto turístico ofrecido, para identificar cual es la calidad de los mismos en la percepción del cliente, calidad que va de la mano del producto y el servicio, pero mucho más de la mano de la percepción de sus beneficios por parte del usuario que es quién mediante sus vivencias, expectativas y experiencias anteriores, marca la pauta de lo que necesita para sentirse satisfecho. Por lo que se puede afirmar que los productos no son como el “vendedor cree que son; son como el público los percibe” (Przybyski, 1995)

---

<sup>2</sup> Definido por la OMT como un visitante que pernocta

En base a esta realidad es que poseer conocimiento sobre el grado de satisfacción del visitante con respecto al producto y experiencia ofrecida resulta indispensable para el desarrollo integral de un destino turístico.

Este trabajo busca recoger información rica en detalle que permita comprender el grado de satisfacción del turista que visita la ciudad de Federación, comprendiendo su singularidad para arribar a una generalización sobre el tema. El análisis de satisfacción es un importante instrumento de control del desarrollo turístico, permite un *feedback* útil para planear el futuro.

## Objetivos Generales

El objetivo central de la actividad, fue construir el perfil del turista que visita Federación y evaluar el grado de satisfacción de su visita con relación al producto recibido; de manera que los resultados obtenidos del análisis de la realidad permitan diagnosticar fortalezas y debilidades de la oferta turística.

## Objetivos específicos

- Recabar datos que contribuyan a la identificación del perfil del turista que visita Federación.
- Obtener datos sobre la valoración de los atractivos y servicios de la ciudad
- Confirmar la percepción existente sobre el tipo de centro turístico que conforma la ciudad
- Lograr datos sobre la utilización de servicios de recreación de los prestadores de la ciudad

## Metodología

Para realizar esta investigación se confeccionó un formulario de encuesta en el que se incluyeron preguntas cerradas de opción simple y otras con diferentes grados de valoración, además de preguntas mixtas y abiertas para que quién así lo deseara pudiera plasmar su impresión sobre aspectos / atractivos que no fueron incluidos en el relevamiento realizado.

Por otra parte, a los efectos de vencer la reticencia de los turistas a participar de la encuesta y alentarlos a responder a todos los ítems de la misma, se ofreció a los encuestados la posibilidad de participar de un sorteo por estadías en la ciudad, para lo que debían dejar su nombre y correo electrónico o teléfono (a los efectos de contactarlos de resultar ganadores).

La encuesta indagó sobre diferentes variables que se entiende hacen a las características de los visitantes y sus necesidades, a saber:

- Lugar de residencia
- Conformación del grupo
- Como se informó sobre la ciudad
- Tiempo de estadía
- Modalidad de alojamiento
- Gasto diario promedio
- Intención de visitar otra ciudad durante este viaje
- Lo que motivó la elección de Federación para este viaje
- Lugares visitados y calidad de su experiencia en los mismos
- Apreciación sobre diversos servicios de la ciudad
- Cantidad de veces que viaja en el año por turismo
- Si contrató en Federación servicios de excursiones.

- Si volvería a la ciudad de Federación

La implementación del trabajo de campo se realizó con alumnos y docentes de la Tecnicatura en Hotelería de la sede Federación de la FCG – UADER y la logística de implementación contó con el apoyo de la Secretaría de Turismo de Federación.

Los alumnos y docentes relevaron datos en atractivos turísticos de la ciudad y la mentada Secretaría facilitó la impresión de los formularios, los elementos para el relevamiento, un lugar físico de base en el ingreso a Termas y chalecos identificatorios para los encuestadores.

Por otra parte, se consultó al resto de los estudiantes / egresados de la Facultad y a entidades relacionadas con la institución y la actividad turística, a los efectos de solicitar que implementaran la encuesta en los establecimientos en los que trabajaban, obteniendo respuestas positivas.

Los encuestadores realizaron la toma de datos en los lugares donde los individuos experimentan sus sensaciones (complejo termal, museos, y otros atractivos turísticos), recogiendo así información de las percepciones y opiniones que tienen acerca de los servicios turísticos. Sometiendo de este modo a análisis las variables que afectan el grado de satisfacción con la oferta que Federación les propone.

El tabulado de los datos fue realizado por los alumnos utilizando Excel y el cruzamiento de los mismos fue realizado con el SPSS 17<sup>3</sup> y analizado por la coordinadora del trabajo, Lic. Mónica Beber

Por otra parte, se ofreció a los encuestados que decidían participar del sorteo (dejando sus datos), la posibilidad de ser incluidos en la base de datos de la secretaría de turismo, a los efectos de recibir noticias sobre la ciudad. Se recabaron de esta forma contactos de 152 personas.

## **Procesamiento y análisis de los resultados**

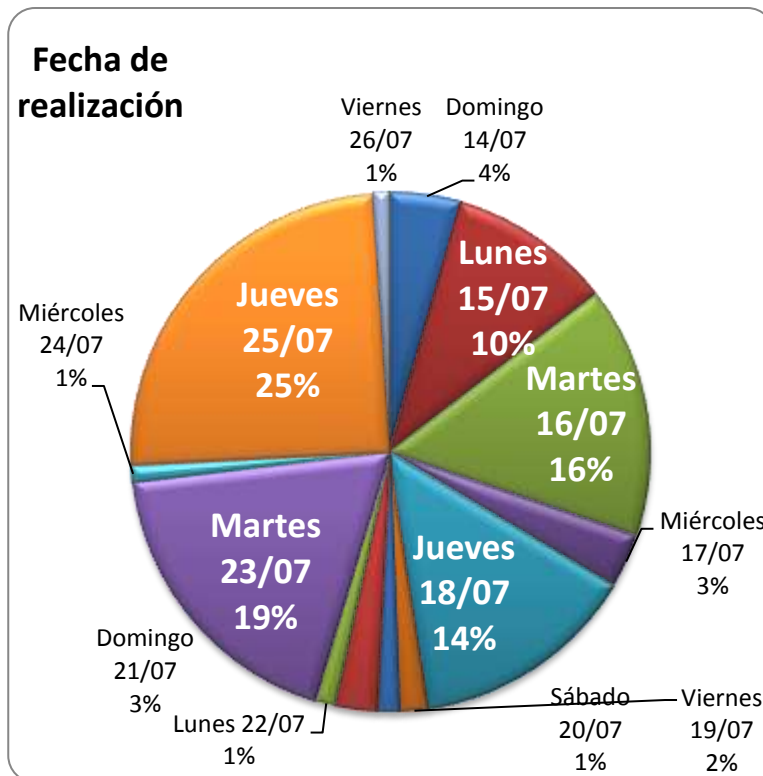
### **Fecha y lugar de realización de las encuestas**

Las encuestas se realizaron entre los días 14 y 26 de julio de 2013, con una mayor recolección de datos durante los días jueves 15, viernes 16; domingo 18, viernes 23 y domingo 25 de julio de 2013.

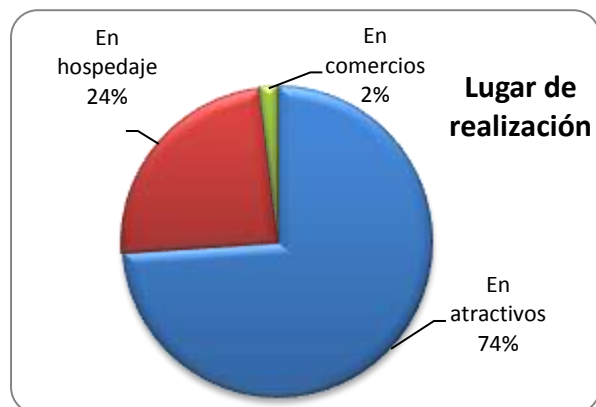
---

<sup>3</sup> Programa estadístico informático utilizado en la Ciencias Sociales e Investigación de Mercado

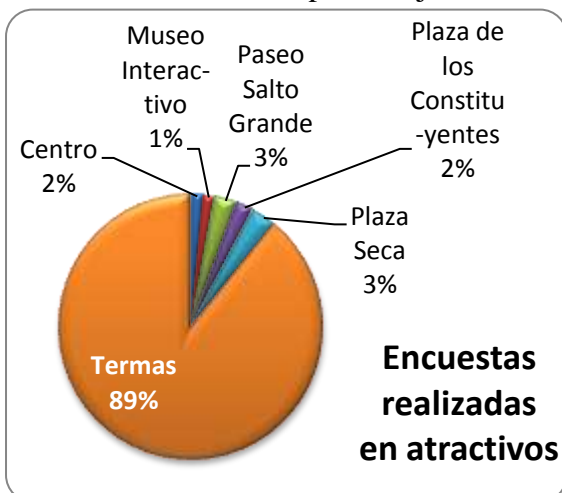




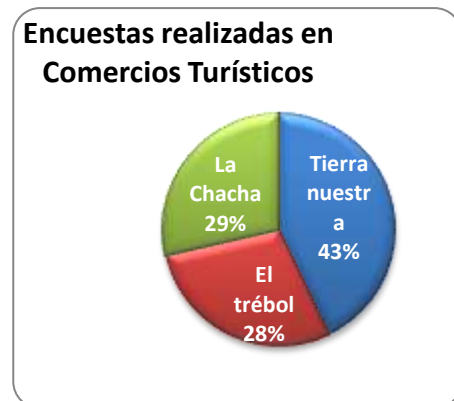
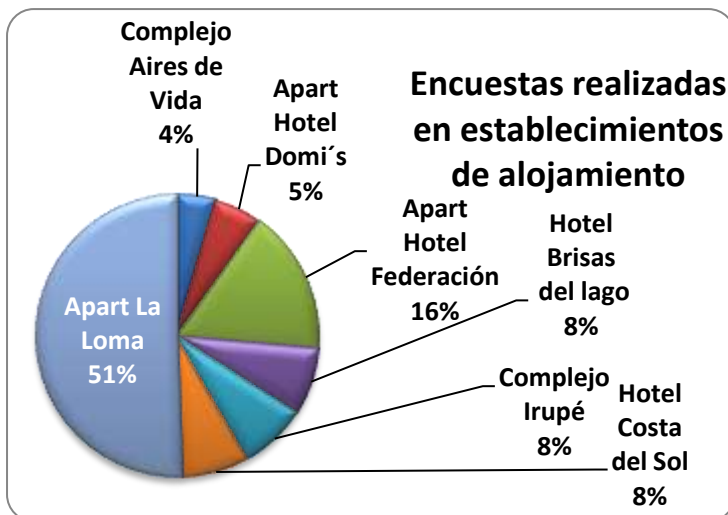
En lo que refiere al lugar de recolección de datos, se debe indicar que el 74% de los mismos fue recabado en los atractivos de Federación, mientras que un 24% se realizó en establecimientos que brindan hospedaje y un 2% en comercios relacionados con el turismo.



Dentro del porcentaje de encuestas realizadas en los atractivos, el 89% se obtuvo en el Parque Termal, con menores porcentajes para la Plaza Seca, la de Los Constituyentes, el Centro de la ciudad y el Museo Interactivo.



En lo que refiere al 24% realizado en establecimientos que brindan hospedaje, el mayor porcentaje (51%) se realizó en el Apart La Loma, seguido del Apart Hotel Federación (16%), de Brisas del Lago, Complejo Irupé y Hotel Costa del Sol (8% cada uno), de Apart Domi's (5%) y el Complejo Aires de Vida (4%). En lo que respecta al 2% realizado en los comercios turísticos, la mayor parte se realizó en el "Tierra Nuestra" seguido de "La Chacha" y "El Trébol" con igual porcentaje de encuestas realizadas.



## Origen de los visitantes

Se preguntó a los encuestados acerca de su lugar de residencia, resultando que el 99% de los mismos provenía de la República Argentina y sólo un 1% era extranjero siendo el país mencionado como residencia la República Oriental del Uruguay<sup>4</sup>.

En lo que refiere al turista nacional, el 75% proviene de Buenos Aires; provincia a la que sigue en porcentaje residentes del resto de la provincia de Entre Ríos (5%) y la de Santa Fe (4%). Otras menciones correspondieron a las provincias de: Chaco, Córdoba, Corrientes y Misiones (3% cada una); La Pampa, Formosa, San Luis y Mendoza (1% cada una); y las provincias de Neuquén, Río Negro, San Juan y Santa Cruz (que no alcanzan al 1%).

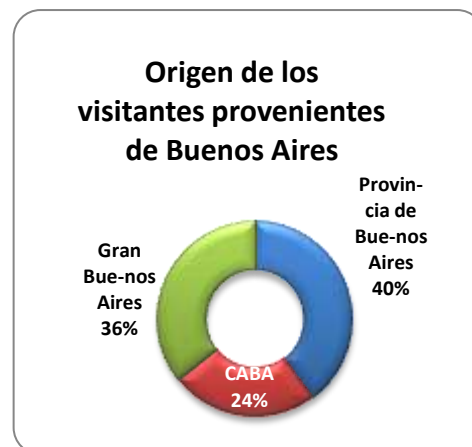
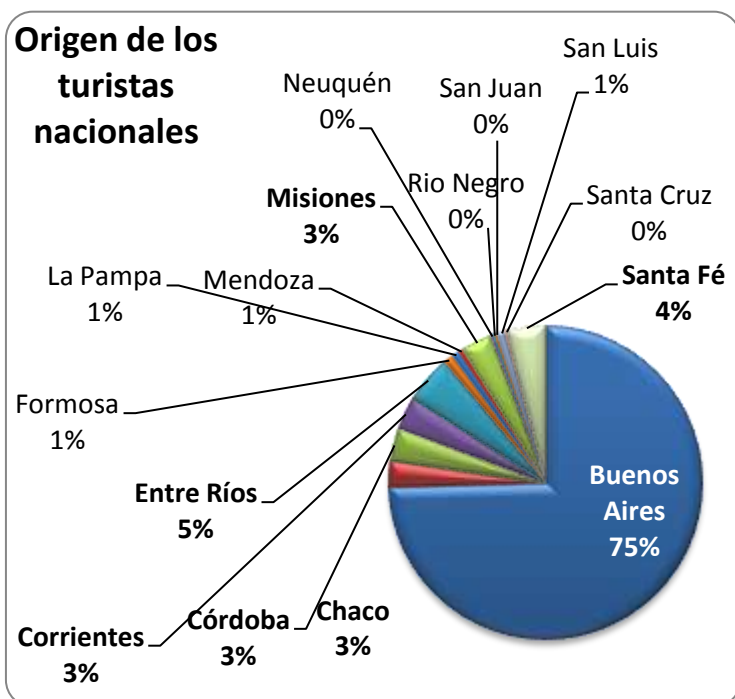
Es de mencionar en este punto que en las provincias de las que proviene la mayor cantidad de visitantes a la ciudad de Federación (Buenos Aires, Chaco, Corrientes, Entre Ríos y Misiones) el receso invernal coincidió con la fecha de toma de las encuestas; sin embargo, hubo visitantes de las provincias de Córdoba, Mendoza, Neuquén, Río Negro, San Juan, San Luis, Santa Cruz y Santa Fe, en las que las vacaciones produjeron entre el 8 y el 19 de julio, sin coincidir por tanto con la realización de este estudio<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Se debe mencionar que el receso invernal en el vecino país se produjo entre el 1° y el 14 de julio de 2013, no coincidiendo con las fechas de toma de información a la muestra.

<sup>5</sup> El receso invernal en la C.A.B.A. y las provincias de Buenos Aires, Catamarca, Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, Misiones, Salta, Santiago del Estero, Tierra del Fuego y Tucumán; se dio entre el 15 y el 26 de julio (coincidiendo con la fecha de realización de esta investigación). En tanto, en las provincias de Chubut, Córdoba, La Rioja, Mendoza, Neuquén, Río Negro, San Juan, San Luis, Santa Cruz y Santa Fe, las vacaciones produjeron entre el 8 y el 19 de julio.



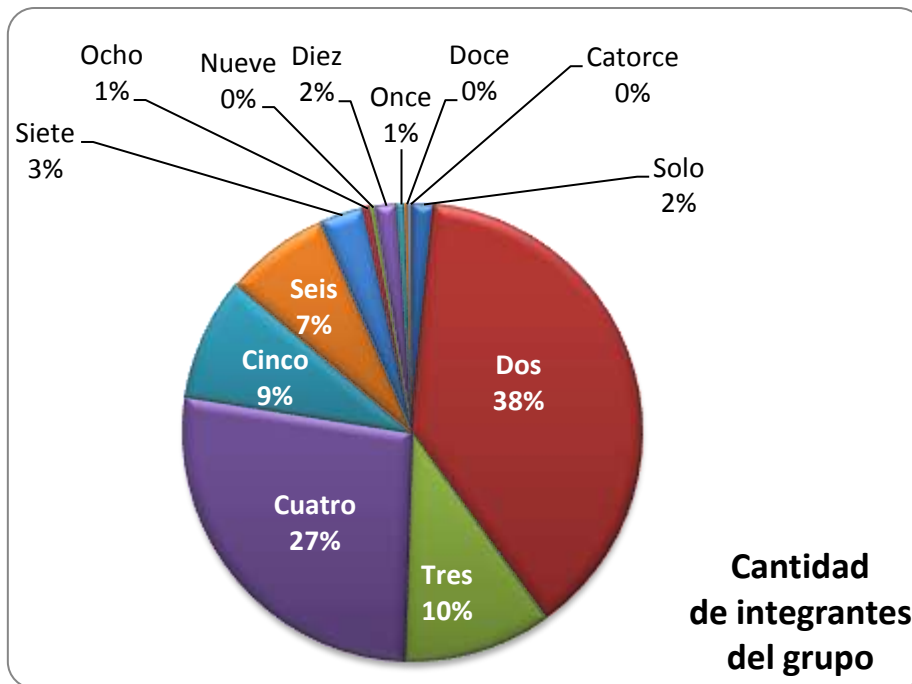
Analizado el lugar de origen con mayor porcentaje, se detecta que los visitantes de Buenos Aires provienen a su vez en un 40% del interior de la provincia; en un 36% del cinturón del Gran Buenos Aires y en un 25% de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



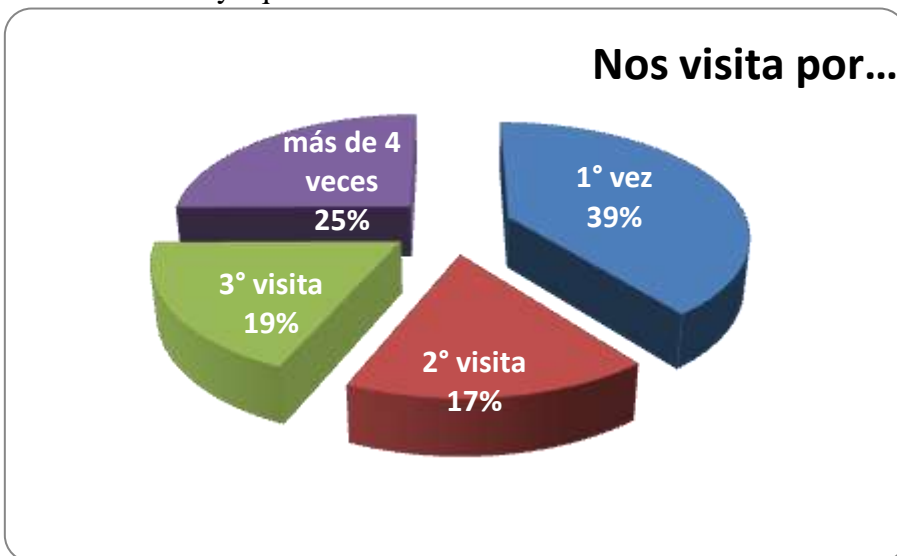
## Conformación del grupo

Consultados sobre la conformación del grupo de viaje, se identifica que la mayor parte de los visitantes lo hacen en familia (54%) o en pareja (36%), un pequeño porcentaje manifestó venir a la ciudad con amigos (9%) o sólo (1%). En consonancia con estos datos, los turistas indicaron que sus grupos estaban conformados en un 38% por dos personas (lo que se corresponde con el 36% de personas que manifestaron viajar en pareja) y en un 47% por grupos conformados entre tres y cinco personas que se corresponden con las menciones de “viaje en familia”, es de señalar que se mencionaron grupos de más cantidad de integrantes pero los porcentajes de los mismos no son significativos. El análisis de la conformación de los grupos arrojó un promedio de 3,62 personas por grupo de viajeros.





Se averiguó también sobre la cantidad de veces que los visitantes habían llegado a la ciudad por razones de turismo, los resultados indican un alto grado de repetición en la visita ya que el 61% de los encuestados manifestaron haber venido a Federación en más



de una oportunidad; dentro de esta reiteración de llegadas a la ciudad, es destacado además el porcentaje de visitantes que mencionó haber visitado la ciudad más de 4 veces (25%). El 39% de los turistas manifestó que era la primera vez que llegaba a la ciudad. El promedio de repetición de visitas se sitúa en las 2,29 veces.

### Información del destino

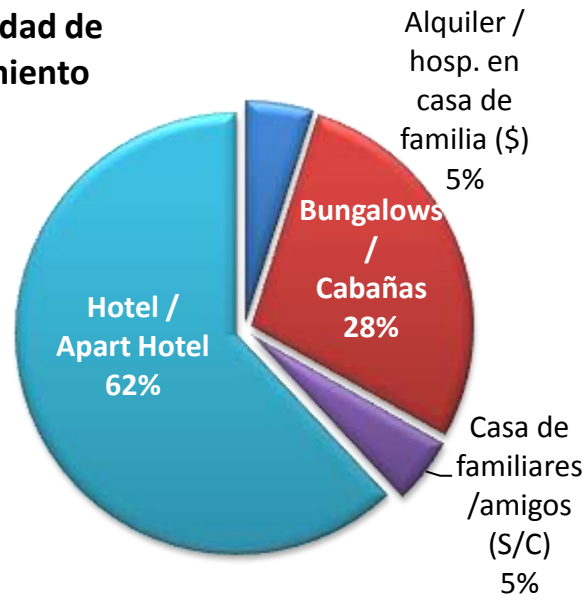
Se consultó a los visitantes acerca de la forma en la que se informaron de las características y servicios del destino, ante lo cual la opción más mencionada fue la “referencia de otras personas” (el conocido boca a boca) con un 62% de los casos y el hecho de “conocimiento previo” del destino (21%). La tercera opción con más menciones fue la consulta mediante la Web. El resto de las opciones fue mencionado en escasas oportunidades y es de señalar que la opción “diarios y revistas” no fue seleccionada en ninguna oportunidad.

## Características de la estadía

La permanencia de los turistas en la ciudad presenta estadías prolongadas ya que el 84% de los encuestados manifestaron que las mismas se prolongan entre 3 y 7 días. Seguida de un 8% que manifestó que su estadía era de solo 2 días.

Un 3% de los encuestados resultó ser excursionista (estadía sin pernocte), y un 4% quedarse más de 8 días en la ciudad. Por otra parte, la estadía promedio fue de 4,98 días.

## Modalidad de alojamiento

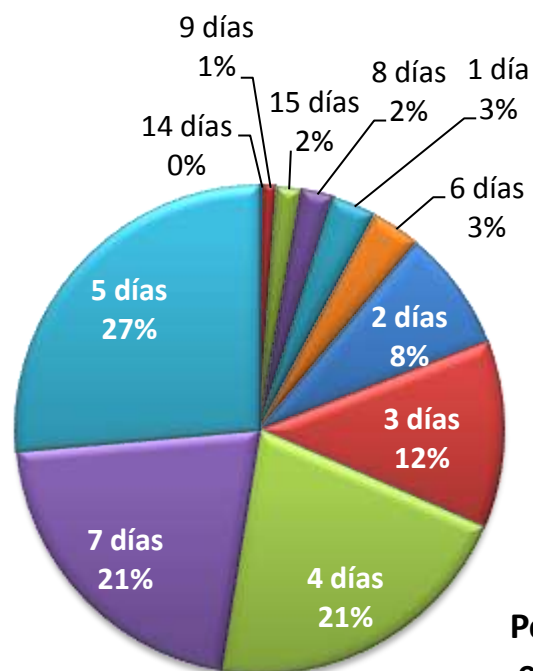


En lo que refiere al alojamiento, las posibilidades de respuesta se dividieron en 5 ítems considerando el tipo de establecimiento y servicios que los mismos brindan, a saber:

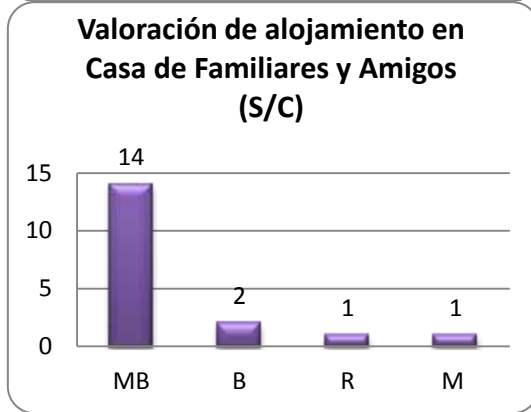
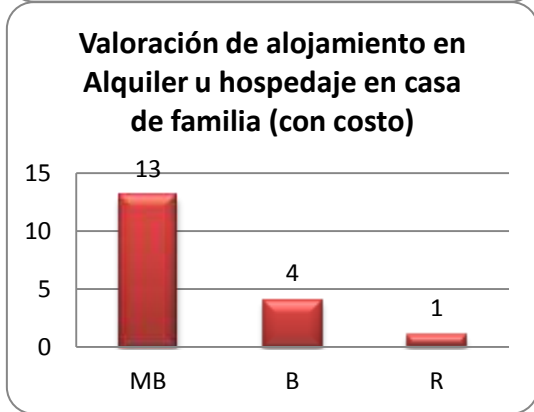
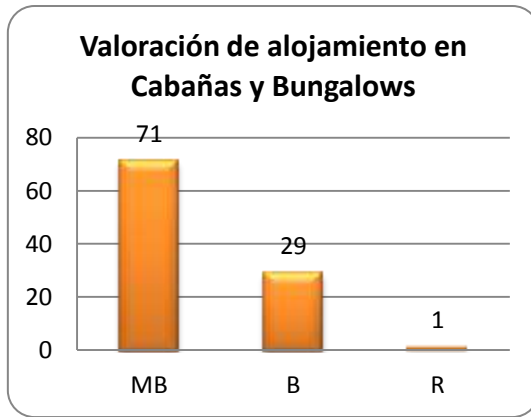
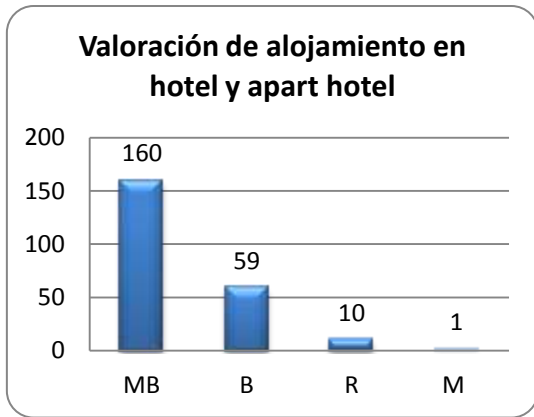
- Hotel y apart hotel (alojamientos con servicio)
- Bungalows y cabañas (alojamiento con auto servicio)
- Alquiler u hospedaje en casa de familia (con costo)
- Casa de familiares / amigos (sin costo) y
- Camping

Resultando que el 62% de los encuestados eligió alojarse en establecimientos con servicios y un 28% en bungalows y cabañas. Sólo un 5% se hospedó en casas de alquiler temporal y otro 5% lo hizo con familiares y amigos. Se desprende de estos porcentajes el hecho de que el turista que visita la ciudad prefiere las modalidades de alojamiento más tradicionales por sobre el alquiler de residencias temporales.

Con respecto al alojamiento, se consultó también sobre la valoración de calidad del alojamiento seleccionado. En este punto, las apreciaciones fueron principalmente positivas con muy poco porcentaje de valoraciones negativas. La opción "Camping" no recibió mención alguna, hecho que se explica por tratarse de un relevamiento de la temporada invernal y las bajas temperaturas imperantes.



Permanencia en la ciudad



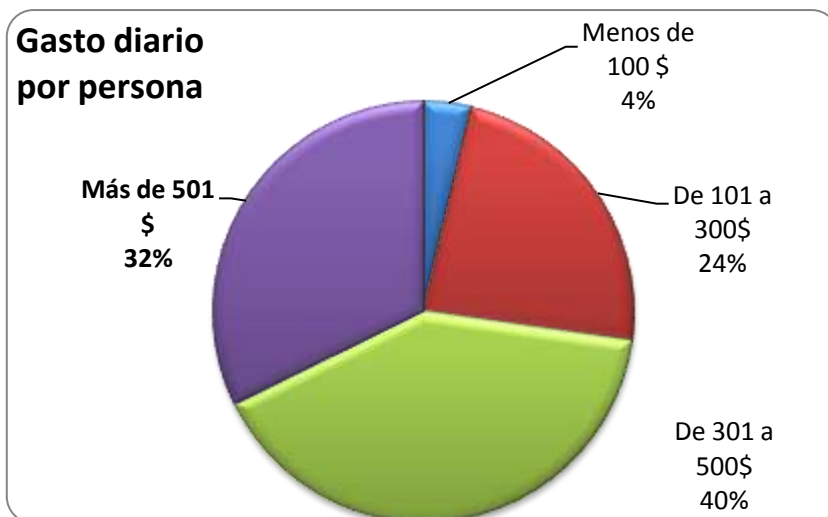
## Gasto diario

Para analizar esta variable se dio al encuestado dos posibilidades de respuesta, una de ellas le daba, mediante una opción abierta, la posibilidad de indicar el gasto diario por persona que realizaba su grupo de pertenencia. La otra opción ofrecía la posibilidad de indicar el gasto promedio en diferentes rangos, entre los que, teniendo en cuenta el rango de tarifas hoteleras de la ciudad (gasto básico para el turista), se consideraba:

- menos de 100 pesos
- de 101 a 300 pesos
- de 301 a 500 pesos, y
- más de 501 pesos

El análisis de resultados señala que la mayor parte de los turistas realizó gastos diarios de más de 301\$ por persona (72%), mientras que un 24% manifestó un gasto de entre 101\$ y 300\$, y solamente un 4% mencionó gastos por hasta 100\$.

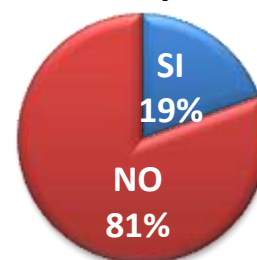
El gasto diario promedio por persona, de acuerdo a la muestra analizada, fue de 375\$.



## Características del viaje

Se consultó a los visitantes acerca de otros destinos que hubiera visitado / planease visitar durante este viaje, a los efectos de ver si el turista que llega a la ciudad es predominantemente de estadía; si toma la ciudad de base para la realización de paseos y excursiones a otras localidades o si es un turista de paso.

### ¿Visitó / visitará otras ciudades durante este viaje?



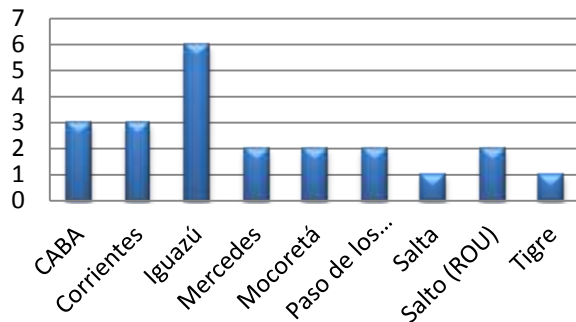
### Visitará otros destinos durante este viaje



El 81% de los encuestados manifestó no tener la intención de visitar otro destino durante este viaje.

El 19% que manifestó haber visitado / pensar visitar otros destinos; la mayor parte hizo mención a destinos termales de la provincia, mientras que un pequeño porcentaje mencionó combinar su visita a Federación con la que realizó / realizará a otros destinos de nuestro país.

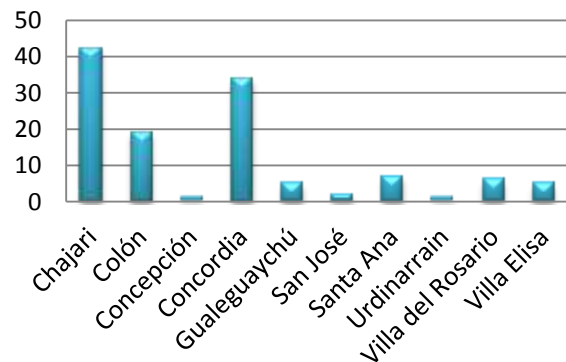
### Otros destinos nacionales que visitará / visitó durante este viaje



Dentro de la combinación de este viaje con otros **destinos nacionales**, se mencionó principalmente a Iguazú, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la ciudad de Corrientes. Con menciones para Mercedes, Mocoretá, Paso de los Libres (todas en la provincia de Corrientes) y la ciudad de Salto (República Oriental del Uruguay). También fueron mencionados Salta y la localidad de Tigre (provincia de Buenos Aires). Analizando los **destinos provinciales** que los encuestados manifestaron haber visitado / tener la intención de

visitar en este viaje, la mayor cantidad de menciones las tuvieron Chajarí y Concordia, entendiéndose que dicha mención deriva de la posibilidad de conocer y disfrutar, estando alojando en Federación; otros complejos termales situados dentro del área de influencia de la ciudad. Un tercer lugar lo ocupó la localidad de Colón. Se mencionaron también, aunque en menor medida, a las ciudades de: Santa Ana, Villa del Rosario, Villa Elisa, Gualaguaychú, San José, Concepción del Uruguay y Urdinarrain.

### Otros destinos de la provincia que visitará / visitó durante este viaje



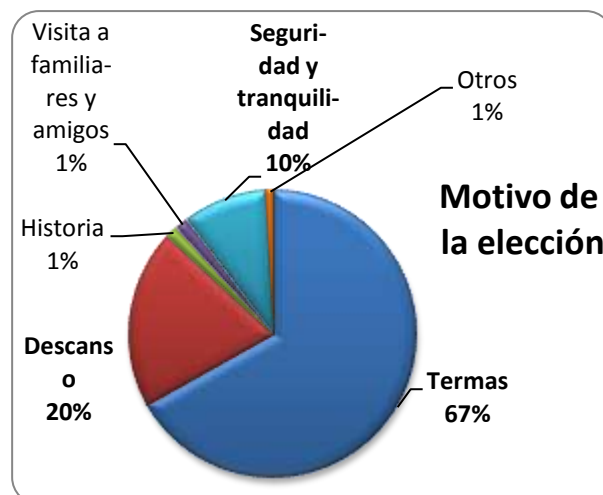
El análisis de estos datos, permite afirmar que, en base a la clasificación<sup>6</sup> de Boullón, R (1997) la ciudad puede ser identificada principalmente como centro turístico de estadía en el que los turistas regresan todos los días al mismo atractivo (en este caso la termas) a realizar las actividades que los han atraído hacia el lugar. Y que también es utilizada como centro turístico de distribución por los turistas que hacen base en la ciudad para conocer otros complejos termales y centro turístico de escala, principalmente entre quienes viaja a Cataratas del Iguazú.

<sup>6</sup> Boullón define a los centros turísticos como “Todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquías suficientes para motivar un viaje turístico” (pp 69-70) y los clasifica de acuerdo a la función que desempeñan como plazas receptoras de turistas, en 4 tipos: CT de distribución. CT de estadía. CT de escala y CT de excursión (pp 74-76)



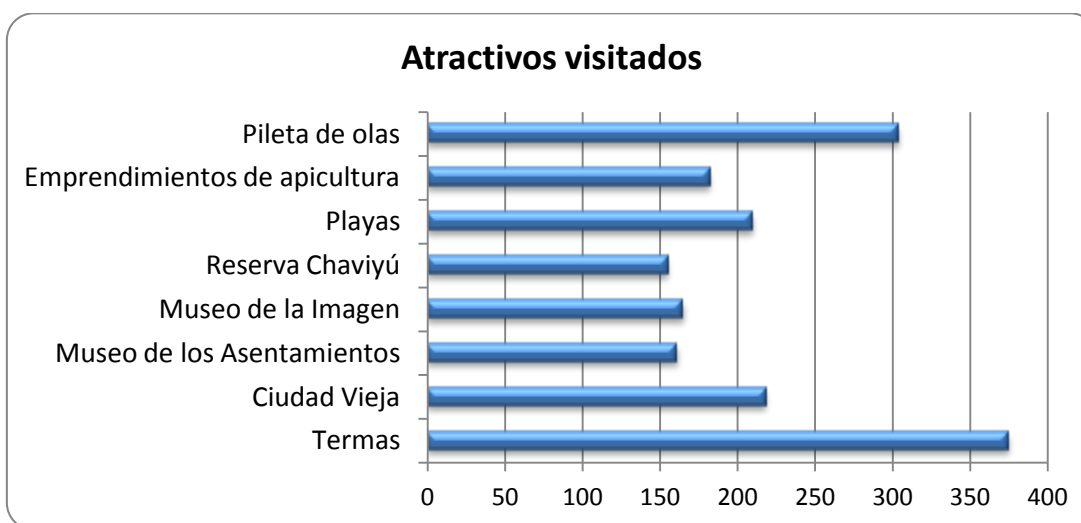
## Motivo de la elección

La mayor parte de los encuestados manifestó haber elegido Federación para vacacionar por la existencia de “Termas” (67%), variable que fue seguida del “Descanso” (20%) y la “Seguridad y Tranquilidad de la ciudad” (10%). Menciones poco significativas recibieron las variables “Historia” y “Visita a familiares y amigos” (1% cada una) mientras de que dentro de “Otros” (1%) se mencionó a la salud, la limpieza, el paseo y el estar de “paso” por la ciudad “de regreso o en camino a” otro destino.



## Atractivos visitados

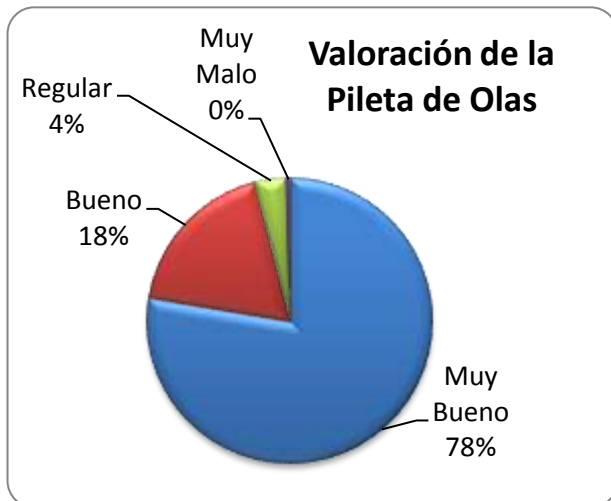
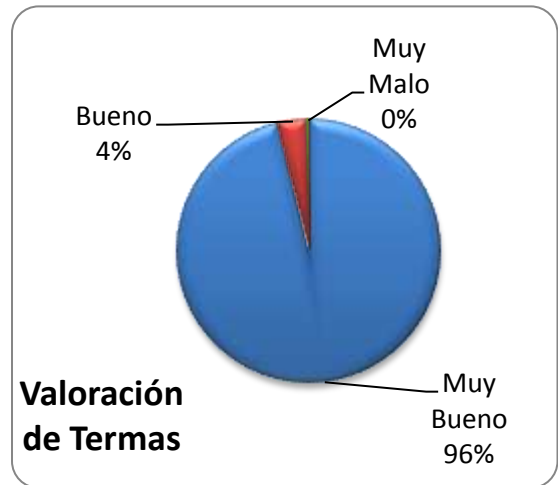
Se consultó a los visitantes sobre los atractivos de la ciudad que había tenido oportunidad de conocer; detectándose que, en coincidencia con el mayor motivo del viaje, las termas y la pileta de olas fueron los atractivos más mentados. Dichos atractivos fueron seguidos de la “vieja”<sup>7</sup> y las “playas”, seguidos de los Emprendimientos de apicultura, el Museo de la Imagen, el Museo de los Asentamientos y la Reserva Chaviyú.



<sup>7</sup> Denominación que reciben las edificaciones que quedan en pie en lo que fue el segundo emplazamiento de la ciudad y se “salvaron” de quedar sumergidas por las aguas del embalse. Entre ellas se pueden visitar la antigua escuela 14 (hoy museo de la imagen), la maternidad y el cementerio. La zona es hoy asiento del parque industrial de la ciudad.

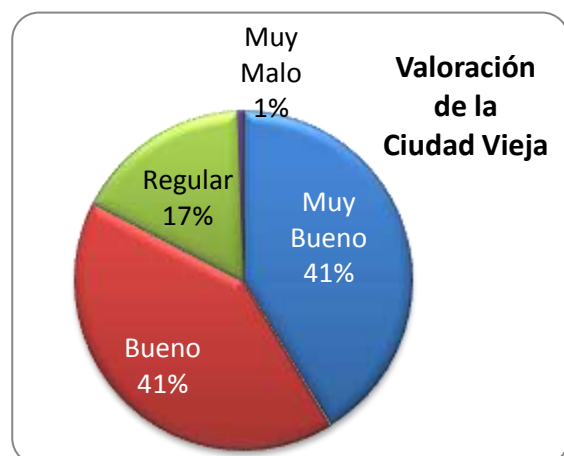
Paralelamente se les pidió a los turistas que valoraran su experiencia en los mismos, ofreciendo una escala de valoración de 5 puntos en el que 1 era Muy Bueno y 5 Muy malo. Es de destacar que, para todos los casos, la mayor parte de las valoraciones fueron positivas.

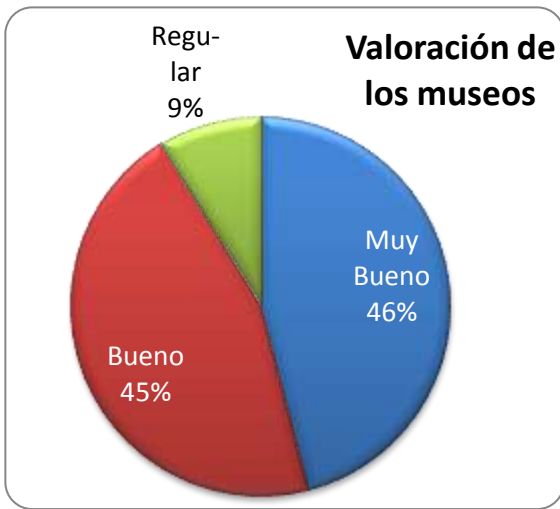
Para las “Termas” el 96% de las valoraciones correspondió a “Muy Bueno” con un 4% de “Bueno”, Se dieron algunas valoraciones negativas (Muy Malo) que no llegaron a representar el 1% de la muestra y sobre las que, mediante el cruce de variables, se detecta que en las preguntas abiertas han planteado observaciones relacionadas con la capacidad de carga del complejo y la cantidad de gente que, en ese momento, superaba la misma haciendo que la experiencia turística no resultara reconfortante.



Asimismo, la “Pileta de Olas” presentó valoraciones prioritariamente positivas (96%) con sólo un 4% de valoraciones *Regulares* y algunas menciones de *Muy Malo* que no llegan a conformar el 1% de la muestra

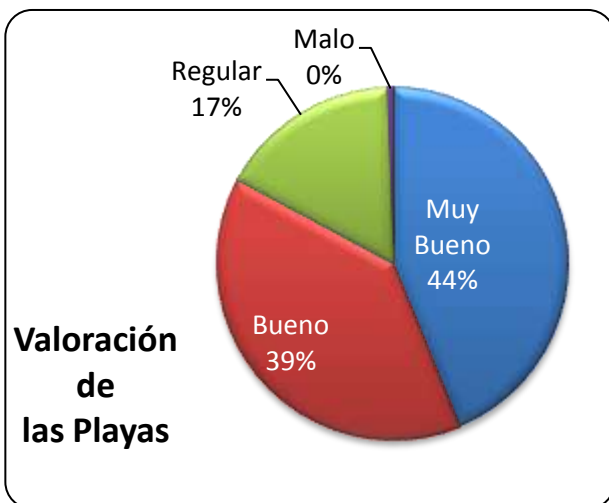
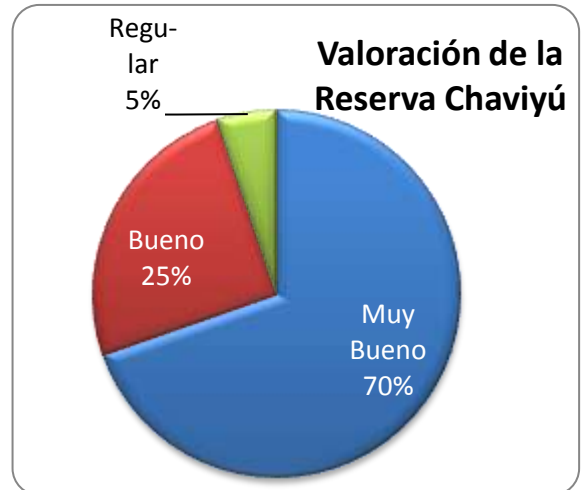
En lo que refiere a “la vieja” Si bien predominan las valoraciones positivas (82%) hay mayor distribución de las valoraciones entre las opciones ofrecidas, apareciendo la mención de *Regular* con un 17% y el *Muy Malo* con el 1%.





Al mencionarse a los “Museos” de la ciudad, las valoraciones fueron similares y las escasas diferencias existentes hacen que los porcentajes de respuesta sean iguales presentando sólo un 9% de valoraciones para la opción *Regular* y el resto distribuidas entre *Muy Bueno* (46%) y *Bueno* (45%).

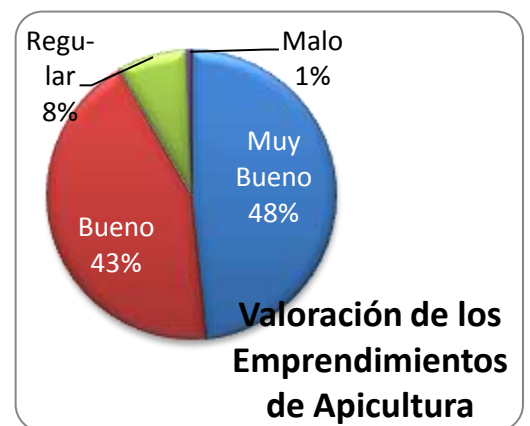
En relación a la “Reserva Chaviyú” el 70% de quienes la visitaron consideraron que su experiencia en la misma fue *Muy Buena* y el 25% la consideró *Buena*. Sólo un 5% de los encuestados manifestó haber tenido una experiencia *Regular* en este atractivo.



En lo que refiere a las “Playas” los turistas también realizaron valoraciones principalmente positivas (83%) con un 17% de valoraciones regulares y valoraciones negativas (*Malo*) que no llegan al 1%.

Respecto de los *Emprendimientos de Apicultura*, podemos decir que la mayor parte de las valoraciones son positivas (91%) con pocas valoraciones de *Regular* (8%) y *Malo* (1%)

Por otra parte, dentro de la opción “Otros” los turistas mencionaron a la costanera de la ciudad (8 veces), el centro, la feria y Bahía Casino (1 mención cada una) con valoraciones de *Muy Bueno*



## Valoración general

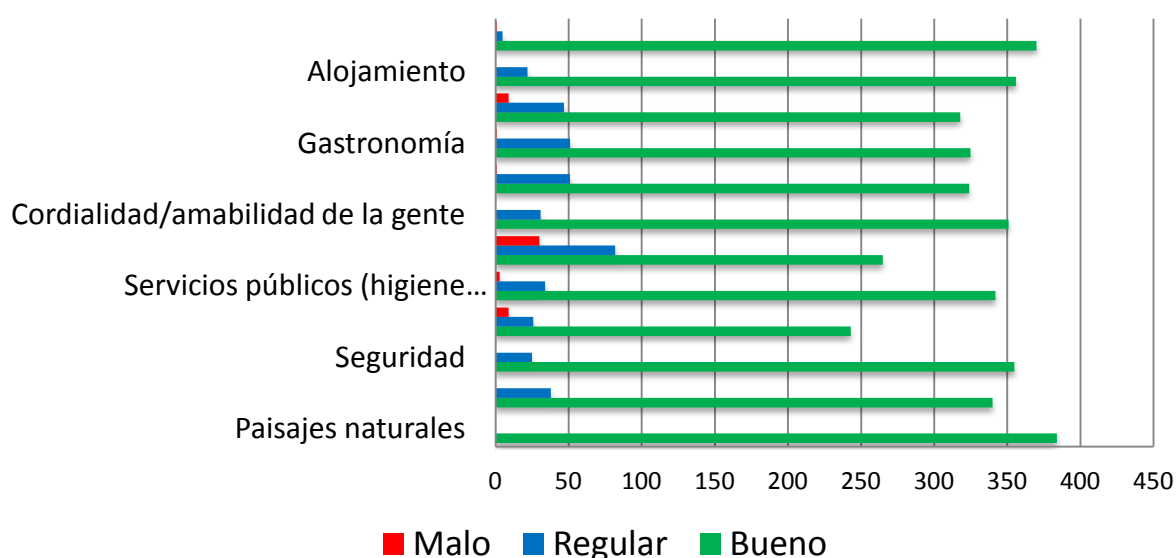
Se consultó a los turistas sobre sus impresiones acerca de diversos aspectos de la localidad que componen el sistema turístico, permitiendo que los valore en una escala de: Bueno, Regular y Malo consultando su impresión en temas tales como:

- Paisajes Naturales
- Equipamiento Urbano (Costanera / Plazas / Centro Comercial)
- Seguridad
- Entretenimientos / Actividades Recreativas (Culturales / Deportivos)
- Servicios Públicos (Higiene Urbana / Señalización / Calles)
- Precios
- Cordialidad / Amabilidad De La Gente
- Información Turística
- Gastronomía
- Conectividad
- Alojamiento
- Parque Termal

Y dejando una opción abierta para que el encuestado incorpore algún elemento sobre el que desee opinar y que no hubiera sido tenido en cuenta al momento de elaborar el cuestionario.

Resultando del análisis una gran preponderancia de valoraciones “Bueno” para todos los aspectos, con menciones negativas (malo), sólo para los precios, la conectividad en transporte que presenta la ciudad y la oferta de entretenimientos y actividades recreativas.

### Valoración de diferentes rubros del sistema turístico

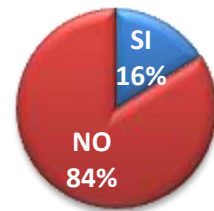


Dentro de la opción “Otros” los encuestados mencionaron como “bueno” al Casino (6 menciones), el Anfiteatro, el desfilódromo, el Parque de Juegos y la Plaza Central (1 mención para cada uno); y como “malo” al precio de las termas y la ausencia de cines y teatros en la ciudad (4 menciones para cada uno)

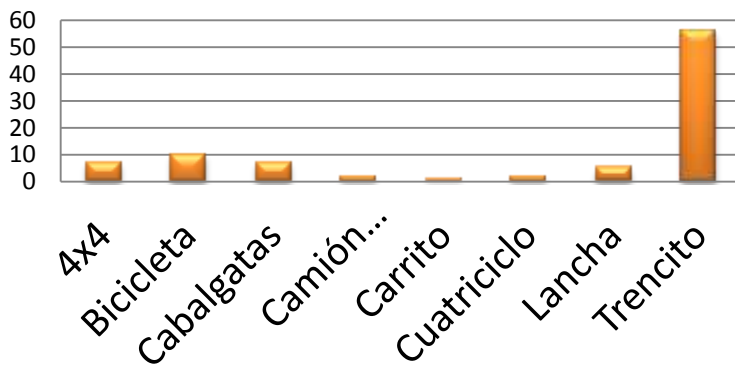
## Contratación de servicios

También se consultó al viajero si había tomado excursiones en la ciudad de Federación (aquellas no incluidas en sus paquetes), resultando que, aunque la mayor parte de la muestra no lo había hecho mientras un 16% si había contratado servicios de recreación en la localidad.

### Contrató excursiones?



### Excursiones contratadas

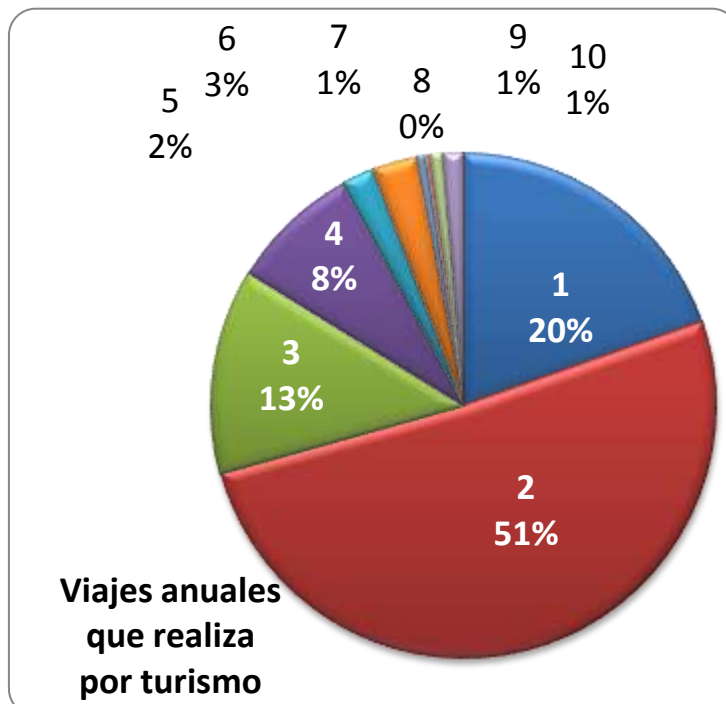


Dentro de este grupo, las actividades mencionadas fueron: el trencito, alquiler de bicicletas, realización de cabalgatas, paseo en la lanchita, paseo en camión aventura y alquiler de carrito y cuatriciclos.

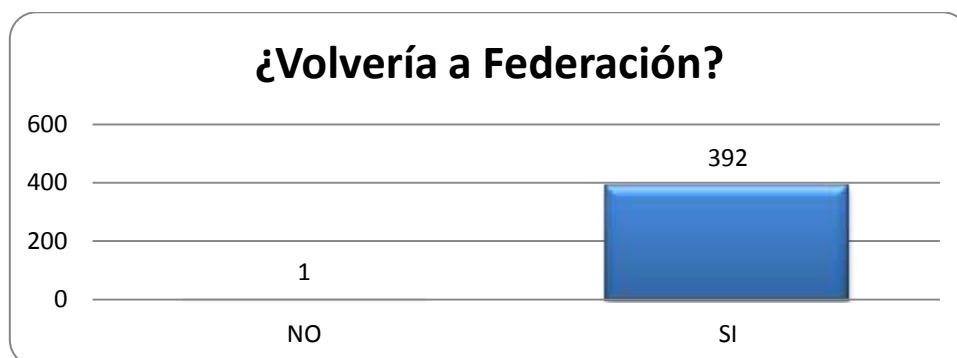
## Cantidad de viajes anuales realizados por turismo

Se preguntó sobre la cantidad de viajes que los encuestados suelen realizar al año por motivos turísticos; demostrando los resultados que el 51% de la muestra lo hace 2 veces al año, mientras que el 20% solo realiza un viaje de turismo al año. en tercer lugar se ubicaron las 3 salidas al año con un 13% de las respuestas y las cuatro salidas con un 8%; hubo además quienes señalaron que viajaban entre 5 y 10 veces al año.

El promedio de viajes que realiza al año los turistas que llegaron a Federación en estas vacaciones de invierno 2013, es de 2,52 viajes



Consultados los turistas si volverían a la ciudad y/o la recomendarían a sus familiares y amigos, solo 1 de los 393 casos encuestados manifestó que no estaría dispuesto a regresar.



## Sugerencias

Se incluyen en este ítem diversas observaciones y sugerencias realizadas por los turistas en las opciones abiertas del cuestionario, introducidas a los efectos de mejorar la calidad de los servicios turísticos y la estadía en la ciudad.

Los aspectos mencionados fueron Agrupados para el análisis de acuerdo a los temas mencionados y fueron:

### PARA TERMAS:

- Colocar vestuarios más cerca de las piletas en termas
- Falta baños con calefacción en Termas
- Más piletas con hidromasajes en termas
- Faltan batas en parque termal
- Queja por falta de servicios en termas y por el estado de los existentes ya que indica que en temporada alta no dan abasto.
- Sugerencia de reemplazar los carteles de “prohibido” por “sugerimos”

### SOBRE ESPARCIMIENTO:

- Falta más entretenimiento nocturno. Hay pocos bares
- Falta actividades gratuitas por la noche
- Instalar un cine
- Necesidad de organizar más entretenimientos

### SOBRE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA:

- Instalar cafeterías
- Sugiere instalación de pescadería
- Poner carteles para guiarse mejor hacia la Reserva Forestal Chaviyú
- Sugiere la instalación de mapas de ubicación en la ciudad (Ud. está aquí!!).

## Conclusiones

Como se puede apreciar en el análisis antes expuesto, el trabajo realizado a partir de una inquietud de estudiantes de la Tecnicatura en Hotelería de la FCG – UADER Sede Federación, dio paso a la obtención de datos de gran riqueza e importancia para el sector turístico de la ciudad.

La presentación de los resultados, realizada en un evento encuadrado dentro de los festejos por el día del turismo; y en un ámbito colmado de empresarios federaenses, demostró la importancia que los prestadores de servicios le dan a los datos “frescos” y “reales” y el interés latente por conocer la percepción del visitante sobre la ciudad y sus



servicios, así como detalles acerca de la conformación de los grupos, su origen y características propias de su consumo.

La existencia de preguntas mixta dio, por otra parte, la pauta de algunos elementos que el turista le reclama a la ciudad para que su experiencia sea de “calidad total” y que no habían sido, tal vez tenidos en cuenta por el empresariado y/o el estamento gubernamental responsable.

Tanta fue la repercusión de este trabajo, por los datos relevados, por la experiencia para los alumnos, por la exposición que de los mismos y la visión que de sus capacidades profesionales se vislumbró; que el mismo dio paso a una nueva inquietud por parte del cuerpo académico de la Sede quienes han impulsado un proyecto que implica replicar este estudio durante el 2014, esta vez con tres tomas de datos, la primera el fin de semana largo del 20 de junio, la segunda durante todo el mes de julio<sup>8</sup> y la tercera durante el fin de semana largo correspondiente al 12 de octubre; trabajándose en los análisis parciales de resultados para cerrar la investigación con un análisis comparativo de los tres períodos.

Es de destacar que para la realización de esta nueva etapa de trabajo se cuenta con el apoyo de la Secretaría de Turismo y la Asociación de Turismo de Federación quienes se han comprometido a correr con los gastos generados por la aplicación del proyecto lo que se condice en gran parte con la repercusión y utilidad que los datos de esta investigación han generado para la comunidad y, en especial, para el sector turístico.

## Ficha Técnica

**Población en estudio:** Turistas llegados a Federación durante las vacaciones de julio de 2013

**Tipo de Investigación:** Cualitativa-cuantitativa.

**Tipo de Estudio:** No probabilístico.

**Tamaño de la muestra:** 393 casos

**Estructura:** Cerrada.

**Preguntas:** Abiertas y cerradas.

**Fecha de Realización:** entre el 14 y el 26 de julio de 2013

## Participantes

- **Docentes:**
  - Lic. Mónica Beber: Coordinación del equipo de trabajo / redacción del informe:
  - Prof. Rita Esther Tonello: encuestadora
- **Alumnos** encuestadores:
  - GLASS, Carlos Federico
  - BENITEZ, Sergio David
  - FREITAS, María Florencia
  - BERGARA, Giuliana Ayelen
  - SOSA, Emilce Eliana

## Agradecimientos

- Sra. Graciela Andrea Racedo, Secretaria de Turismo de Federación
- Establecimientos de alojamiento:
  - Apart Hotel La Loma

---

<sup>8</sup> Para abarcar el receso de invierno de todas las provincias Argentinas y de la República Oriental del Uruguay

- Apart Hotel Federación
- Hotel Brisas del Lago
- Complejo Irupé
- Hotel Costa del Sol
- Apart Hotel Domi´s
- Complejo Aires de vida
- Comercios Turísticos:
  - Tierra Nuestra
  - La Chacha
  - El Trébol

## Bibliografía

- Bolonini, L. E., Capece, G. R. (2002) *Federación Misión Posible*. Ladevi ediciones
- Boullón, R. (1995) *Marketing turístico*. Editorial Trillas.
- Boullón, R. (1997) *Planificación del espacio turístico*. Editorial Trillas
- Boullón, R. (2003) *Calidad turística en la pequeña y mediana empresa*. Ediciones turísticas.
- Frenkel, N. (2007) Construcción de una ciudad. Video documental
- Gamerro, C. (27 de abril de 2008) Federación y muerte. *Suplemento RADAR de Página 12*. Recuperado el 5 de junio de 2014 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-4577-2008-04-27.html>
- Martinez E. (2014) *La reconstrucción*. Editorial El escriba. Buenos Aires
- Martínez, E. (2011) *El Agua termal en Federación. La mejor Historia*. Editorial El Escriba. Buenos Aires
- OMT. *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 14 de julio de 2014 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Przybylski, A. (1995) *Marketing de servicios turísticos*. Ediciones Surpass.
- Schluter, R. & Winter, G. (2003) *Turismo. Una perspectiva empresarial*. CIET. Buenos Aires.
- Schluter, R. (2005) *Investigación en Turismo y Hotelería*, CIET, Buenos Aires
- Schluter, R. (2008) *Turismo. Una visión integradora*, CIET, Buenos Aires
- Toyos, M. (2005) *El ABC del Marketing de Servicios*. Ediciones Turísticas. Buenos Aires.
- [www.federacion.tur.ar](http://www.federacion.tur.ar)
- [www.welcomeargentina.com](http://www.welcomeargentina.com)

