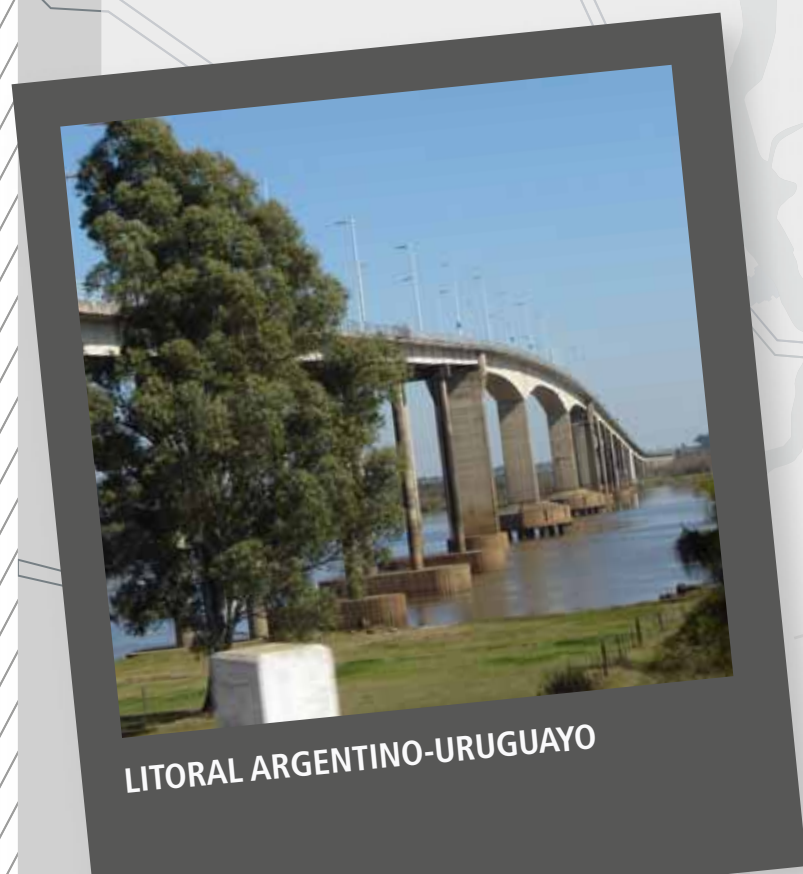




INTI



Diseño de experiencia en la cadena del turismo



LITORAL ARGENTINO-URUGUAYO



AUTORIDADES INTI



Presidente del INTI
Ing. Ricardo DEL VALLE

Directora INTI-Concepción del Uruguay
Lic. Nadina Cazaux

Directora INTI-Diseño Industrial
D.I. Raquel ARIZA

AUTORIDADES LATU



Presidente del LATU
Dr. Rodolfo SILVEIRA

Gerente General
Dr. Jorge SILVEIRA

Gerente de Tecnología y Gestión
Ing. Mariela DE GIUDA

ELABORACIÓN DE CONTENIDOS



Rodrigo Ramírez (coordinación)
Raquel Ariza
Rosalba Becker
Helena Marchini
Fernando Oneto
Alejandrina Vigna

Colaboración
Marcela Casabona
Federico Paterson
Secchi Mariela
Diseño gráfico y maquetación
Rosalba Becker

El presente material es un documento, desarrollado por el equipo de trabajo del Centro de Diseño Industrial del INTI, en el marco del proyecto «Desarrollo Productivo del litoral Argentino-Uruguayo», durante los años 2012-2013.

AGRADECEMOS A TODOS LOS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL SIGUIENTE PROYECTO POR EL TIEMPO DEDICADO Y LA COLABORACIÓN BRINDADA.

LITORAL

Diseño de experiencia
en la cadena del turismo



Índice

7	RESUMEN
	1
9	VISIÓN
11	Introducción
12	La propuesta de trabajo
14	Línea de tiempo
15	Cadena de valor del turismo
16	Datos preexistentes
	2
17	METODOLOGÍA
19	¿Qué podemos hacer con el diseño?
	3
21	ANÁLISIS
24	Imaginario
26	Los actores del turismo
27	Estacionalidad y grupos etéreos
28	Mapa de recursos locales
32	Colón (Bodegas Vulliez Sermet - Molino Forclaz)
36	San José (Licores Bard - Termas San José - Los Pecanes - Museo Histórico Regional)
46	Villa Elisa (Museo Estancia «El Porvenir» - Termas Villa Elisa - Almacén Francou)
54	Parque Nacional «El Palmar»
56	Micro Región
58	Concordia (Parque San Carlos - Costanera Concordia)
64	Paysandú (Termas de Guaviyú - Parque Salader de Guaviyú - Museo Histórico «Casa del Espíritu de Paysandú» - Monumento a la Perpetuidad - Hotel Horacio Quiroga)
76	Salto (Termas de Arapey - Termas de Daymán - Bodega Bertolini Broglio)
86	Síntesis de lugares relevados
88	Análisis de puntos fuertes
100	Mapa de marcas gráficas
106	Información disponible para el visitante
112	Charlas
	4
117	CONCLUSIONES
121	Ideas proyecto
125	Casos prácticos
	5
141	ANEXOS
143	Matriz de diseño del proyecto
147	Bibliografía
148	Direccionario web

Resumen

El presente informe documenta la participación del Centro INTI Diseño Industrial en el marco del convenio de cooperación mutua para el desarrollo productivo industrial del litoral argentino uruguayo, llevado adelante por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU) y el Instituto Nacional de Tecnología Industrial argentino (INTI), con el apoyo de los municipios entrerrianos de Concordia y Colón y las intendencias orientales de Paysandú y Salto. Esta participación se centra en la cadena de valor del Turismo.

La visión desde la cual se abordó la problemática del Turismo se desarrolla en la primera parte. Partiendo de la premisa de que *“el diseñador no es simplemente un creador de objetos, sino un facilitador de experiencias, y esta idea de experiencia es la que debe ser punto de partida y enfoque del diseño”*¹. Es por esto que este informe se centró en las necesidades del turista como usuario de servicios y en las experiencias por ellos vividas. Además se buscó capitalizar el potencial del diseño para observar las diferentes realidades (mediante técnicas etnográficas) y detectar oportunidades, en este caso ligadas al desarrollo productivo industrial de la región. El tercer aspecto estuvo vinculado con visualizar capacidades y la posibilidad de motorizar acciones que potencien esas capacidades a partir del trabajo colaborativo.

La *metodología* utilizada, descrita en el segundo bloque, conjuga acciones de indagación y relevamiento por diferentes medios, análisis crítico de la información tanto cuantitativa como cualitativa y la síntesis para poder sacar conclusiones y realizar propuestas que sean factibles de implementar en el territorio.

El *análisis* de lo recabado es presentado en el tercer capítulo, apelando a recursos gráficos para hacer más clara su comunicación. Este bloque contiene la exploración realizada en sitios emblemáticos de cada una de las ciudades visitadas, un resumen de las charlas, el relevamiento de la información turística disponible en la web y un análisis de marcas.

Las *conclusiones* a las cuales arribó el equipo de trabajo son presentadas al final del informe, junto a un compilado de oportunidades para la región en el sector turismo y una serie de ideas proyectos de real aplicación en el corto plazo en la región.



Visión



1 Visión

Introducción

El proyecto global «Desarrollo Productivo del Litoral Argentino-Uruguayo» se inscribe en una estrategia de intercambio y cooperación preexistente entre los institutos tecnológicos INTI y LATU y de su vinculación y relación con los gobiernos y actores locales de cada uno de los países. Apoya el desarrollo productivo industrial de la región del Litoral Argentino Uruguayo, buscando al mismo tiempo crecimiento, distribución y la generación de confianza para lograr solidificar los lazos entre las regiones.

Las áreas específicas sobre las que opera son: producción y abastecimiento local de alimentos y textil, procesamiento de la madera y sus residuos, implementación de tecnologías de gestión en la industria metalmecánica y desarrollo del turismo local. Es en esta última cadena donde se convoca al Centro INTI Diseño Industrial a participar, en un trabajo estrecho con los dos responsables de la ejecución del proyecto: el LATU y el Centro INTI-Entre Ríos.

El Centro de Diseño Industrial del INTI aceptó el desafío de trabajar en la cadena del Turismo, como oportunidad de explotar el enorme potencial existente en la dupla TURISMO + DISEÑO. A lo largo del presente documento veremos varios ejemplos de esto, algunos en la región del Litoral. En segunda instancia, porque esta participación permitiría profundizar en la implementación de acciones que el centro viene llevando a cabo en otros territorios, de una manera programática. En tercer lugar, porque este desafío se vincula directamente con algunos conceptos en los cuales se basa su trabajo:

- Prestar especial atención a la interacción usuarios+productos, servicios, entornos. Especialmente, el valor diferencial que tienen las experiencias vividas para los usuarios en general y para los turistas en particular.
- La importancia crucial que tiene la sustentabilidad de las propuestas, en sus tres dimensiones: económica, social y ambiental.
- Favorecer los procesos de apropiación de herramientas en el territorio, tendiendo a la generación de sinergias y complementariedades entre actores.
- El trabajo participativo desde una visión holística o integral de los desafíos, para dar con las propuestas que mejor se adecuen al contexto y las circunstancias.

El Centro de Diseño Industrial concibe a la disciplina como una herramienta para mejorar el desempeño productivo, entendido como la capacidad de una organización de mantener sistemáticamente ventajas competitivas. Asimismo, aspira a fortalecer las cadenas de valor, introduciendo el factor diseño en cada uno de los diferentes eslabones de la producción. Arocena (2001) considera que *"la presencia de agentes con el pensamiento estratégico, junto a políticas y condiciones de desarrollo previo constituyen los factores decisivos para el desarrollo local"*¹. Es por ello que el diseño puede ser un factor fundamental en el desarrollo productivo de cualquier región. El diseño permite motorizar procesos,

¹Arocena, J. *Globalización, integración y desarrollo local. Apuntes para la elaboración de un marco conceptual*. Cit. por: Vázquez Barquero, A y Madoery, O. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Rosario: Homosapiens, 2001.

trabajar como ordenador, planificador, generando y acompañando actividades productivas que permitan el desarrollo local de las comunidades. Según la diseñadora industrial Beatriz Galán «...el diseño al gestionar los aspectos simbólicos, registra las diferencias, da visibilidad a estas iniciativas y mejora los aspectos tecnológicos. Para construir estrategias de diferenciación, el diseño busca activamente los comportamientos que van en concordancia con las ideas-valor de sustentabilidad ambiental y social»².

La propuesta de trabajo

El proyecto global implementa acciones en cada uno de los sectores identificados como estratégicos. En el caso particular de la cadena del Turismo, la propuesta se basa en la idea fuerza de proponer relaciones entre las cadenas productivas que tomen al turismo como vinculante. Las acciones llevadas a cabo trabajaron en ejes que apuntan a generar diversidad productiva, asociativismo, capacitaciones y responsabilidad comercial en cada una de las cadenas.

El trabajo a realizar estaba sujeto a una serie de condicionantes macro: según el Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI)³ hay factores que dificultan el desarrollo de la integración fronteriza como ser diferencias en políticas nacionales, falta de apoyo a las pymes, deficiencia en infraestructura, entre otros.

En el año 2012 el Centro de Diseño Industrial formuló un proyecto para identificar el potencial de aplicación del diseño para la optimización de las cadenas productivas locales, vinculado fuertemente a la posibilidad de articular procesos de investigación, desarrollo e innovación en el territorio. Con el foco puesto en el sector turismo y desde la perspectiva del diseño, se planteó la posibilidad de explorar la región, conocer a sus actores, analizar los contextos y relevar las necesidades mediante la visita a ciudades clave de ambos países que comparten la margen del río Uruguay. Se tomaron como base las cuatro ciudades que se vinculan por medio de los puentes internacionales: Salto, Colón, Paysandú y Concordia. En dichas ciudades se propuso desembarcar con una serie de charlas y relevamientos que permitieran conocer de primera mano la región y los actores, intercambiar datos y proponer ideas que ayuden a integrar ambos países utilizando al diseño como herramienta. Además se planteó la necesidad de mantener reuniones con las autoridades municipales y las oficinas de turismo locales, junto con otras partes interesadas de manera directa o indirecta con la industria del turismo. Esta propuesta de trabajo quedó plasmada en el documento anexo. (Ver ANEXO “Matriz de Diseño del Proyecto”).

La visión desde la cual se abordó la problemática de la cadena de valor del Turismo se centró en posicionarse desde las necesidades del turista como usuario de servicios y las experiencias vividas. Además se buscó capitalizar el potencial del diseño para observar las diferentes realidades y detectar oportunidades, en este caso ligadas al desarrollo productivo industrial de la región. El tercer aspecto estuvo vinculado con visualizar capacidades y la posibilidad de motorizar acciones que potencien esas capacidades a partir del trabajo colaborativo. El desafío fue poder interpretar las necesidades del

² Galán, B (compiladora). *Diseño proyecto y desarrollo. Miradas del período 2007-2010 en Argentina y Latinoamérica*. 2011 Wolkowicz Editores. ISBN 978-987-25646-7-4.

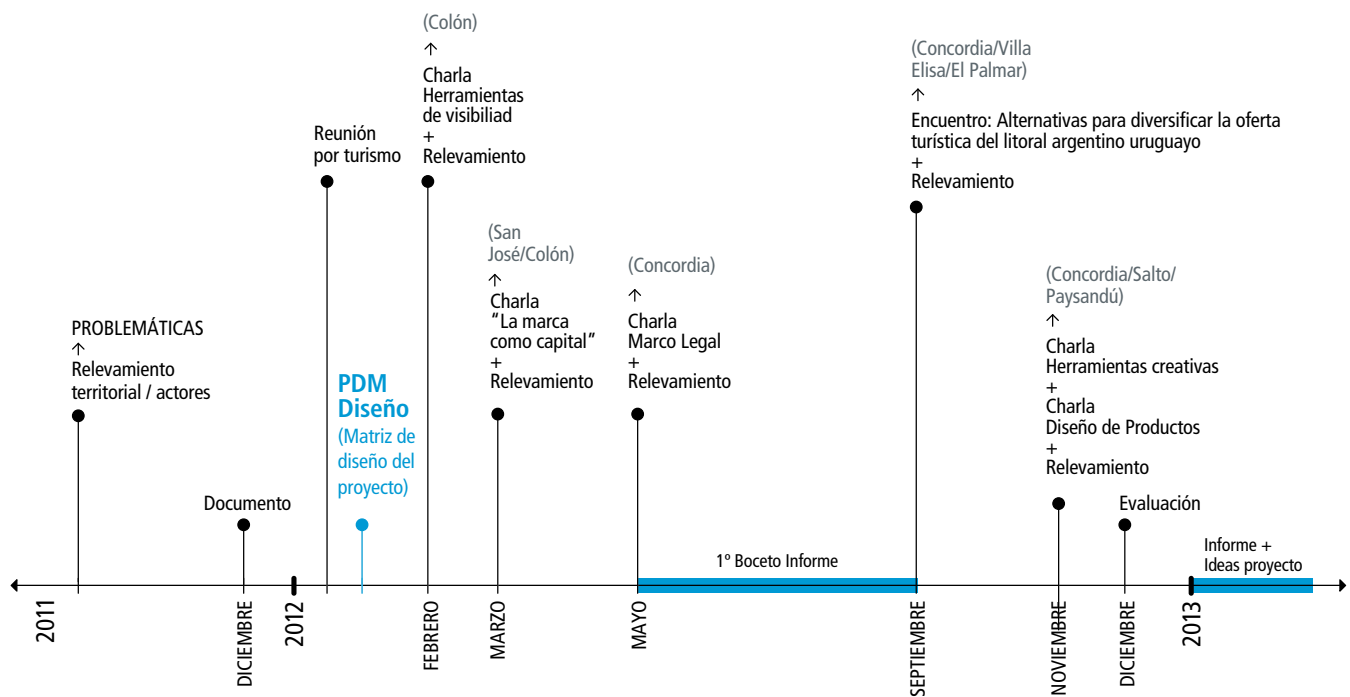
³ <http://www.cari.org.ar/recursos/documentos.html>. DOC n° 64

territorio, conocer su geografía, sus actores (tanto los locales, como los que visitan la región y utilizan los servicios que esta ofrece). Recorrer la oferta turística, ponerse en el lugar del visitante, analizar los datos disponibles, complementar lo observado con lo hallado en internet y en otros medios, analizar las distintas cadenas de valor del territorio, las industrias que allí se encuentran, el potencial que tiene cada país, cada ciudad y la posibilidad de complementarse y ofrecer una propuesta capaz de generar valor tanto para el visitante como para el habitante de la región.

El Centro INTI-Diseño Industrial tiene experiencia de trabajo en el agregado de valor de diferentes cadenas regionales, lo que implica intervenir en distintos eslabones de las mismas. Con un abordaje integral que comprende desde el relevamiento, el diagnóstico, la difusión de herramientas para la gestión del diseño, hasta el acompañamiento en la incorporación de tecnologías apropiadas que mejoren la calidad de vida de las personas respetando su entorno medioambiental. Ha participado en varios proyectos para asistir a distintos actores de la producción en diferentes regiones del país, intervenciones que comparten la mirada integradora y participativa con los actores locales como un modelo de acercamiento que permite redefinir y aplicar técnicas y herramientas en otros proyectos. Para lograrlo, el Centro de Diseño Industrial está conformado por un equipo multidisciplinario, que permite abordar cada una de las acciones desde diferentes miradas. Cuenta con profesionales del diseño (industrial, gráfico y textil), bibliotecología, comunicación, educación, química, publicidad y sociología.

Línea de tiempo

El proyecto es preexistente a la participación del Centro de Diseño. Durante el 2011 INTI-Entre Ríos junto con el LATU realizaron un relevamiento territorial que permitió definir junto con los actores a los sectores prioritarios y luego sus ejes futuros de trabajo. Dentro de uno de estos sectores (el del turismo) es donde se convoca al Centro de Diseño para participar en reuniones con actores locales y plantear un modelo de abordaje para relacionar al diseño con la temática del turismo y plantear soluciones y beneficios para todos los involucrados. A partir del 2012 se comienza a trabajar con INTI- Entre Ríos y el LATU y se realizan diferentes viajes al territorio cuyos resultados están plasmados en el siguiente informe.

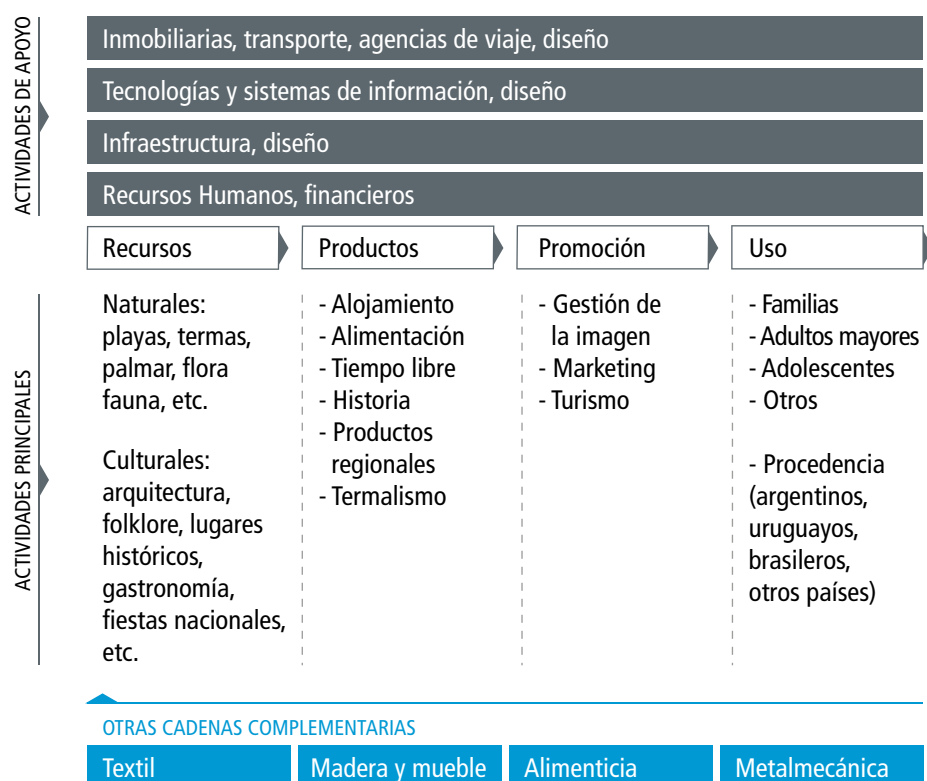


Cadena de valor del turismo

El turismo no sólo impacta en la economía, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes y en la protección de los recursos tanto naturales como histórico-culturales³. Cumple con un proceso económico de producción, distribución e intercambio. Por un lado, se generan experiencias gratificantes intangibles para el turista, por el otro se establecen ingresos económicos directos para los prestadores de servicios turísticos e indirectos para los agentes participantes en la generación del producto turístico.

Este refiere al conjunto de actividades ligadas a la creación, producción y comercialización de un producto que generan valor dentro de una organización. Toda cadena de valor está integrada por actividades primarias: las que añaden valor directamente al producto (producto, producción, comercialización, servicios post-experiencia); actividades de apoyo: añaden valor indirectamente, facilitando el desarrollo de las actividades primarias (compras, recursos humanos, infraestructuras, gestión); y el margen (valor añadido), o sea la diferencia entre el valor total generado y los costos en que se incurre para generarlo. Esta teoría muestra con claridad cómo y dónde los destinos generan valor, proporcionando así experiencias turísticas satisfactorias a los visitantes; o donde se producen los principales estrangulamientos; o sea las deficiencias que dañan al conjunto de la cadena de valor.

La cadena de valor del turismo es un sistema permeable, inestable donde participan actores turísticos y no turísticos, además de los visitantes.



Datos preexistentes⁴

CONCORDIA

- En Concordia existe el ENCOTUR (público/privado) que tiene un presupuesto anual de \$700.000 (apoyo a eventos culturales, promoción de la ciudad, maratonos, eventos náuticos, etc.). El presidente es el Intendente y esto determina cierto direccionamiento alineado con la política municipal a pesar de esto hay cierta apertura a discutir con los privados las acciones.
- La Asociación de Hoteleros de Concordia y de Federación trabajaron con el INTI en mejora de gestión en el marco de los programas de la CAFESG.
- A pesar de que los municipios han impulsado las vinculaciones, identifican dificultades en fortalecer las relaciones entre las ciudades por cuestiones conservadoras.
- Existen diferentes fortalezas Turísticas del binomio Salto-Concordia (termas, pesca deportiva, corredor a Cataratas, parque San Carlos, shopping, parques acuáticos, cine y cine 3D, fijación de feriados turísticos, entre otros).

COLÓN

- Existencia de mano de obra procedente de Paysandú (1000 personas) – para trabajar en Construcción y Gastronomía principalmente.
- El Turismo termal es algo que se ha desarrollado y sigue creciendo. Además está el palmar, turismo rural, camping, y próximamente un parque acuático.

PAYSANDÚ

- La capacidad hotelera es de 951 camas en la ciudad. Se detectan debilidades del sector en gestión. Cuentan con capacitación básica.
- Manifestaron que Colón es el polo turístico del litoral argentino-uruguayo y que Paysandú puede complementar la oferta.
- Paysandú tiene una gran historia como ciudad industrial, pero debido a la introducción de nuevas tecnologías hoy requiere de menos mano de obra. Por este motivo ven la necesidad de apostar al sector con servicios, fundamentalmente turísticos, como generador de empleos.
- Hay mucho interés de parte de la Intendencia en un parque fluvial al Norte y Sur de Paysandú y en la explotación de islas uruguayas y argentinas (aproximadamente 120 km. de costa). Es necesario relacionar a la CARU (Comisión Administradora del Río Uruguay) y a la Comisión Técnico Mixta. Los técnicos de CARU han hecho un esbozo de proyecto de parque binacional.
- La intención es fortalecer la utilización del río como espacio recreativo náutico. Identifican la faltante de amarras (Yacht Club y Club de Pescadores). El río es una zona militarizada, no es ámbito municipal. Hay 2 o 3 emprendimientos incipientes (todavía informales) de pesca deportiva. Se han recuperado las playas con políticas de sanidad urbana montando nuevas estaciones de bombeo estratégicamente ubicadas.

SALTO

- Habilitación de más remises internacionales (actualmente sólo existe uno, seguramente debido al costo que implica).
- Carencias en la cartelería e infraestructura para el ingreso a las ciudades.
- Actualmente Salto recibe 85% de turistas uruguayos. La intención es desarrollar nuevos nichos de mercado con potenciales turistas de mayor poder adquisitivo.

⁴www.conocitur.com/archivos/turismo-y-territorio/evolucion-del-desarrollo-del-turismo-en-la-provincia-de-entre-r-080917135542.pdf



Metodología



2 Metodología

¿Qué podemos hacer con el diseño?

El diseño puede trabajar en un emprendimiento de manera directa sobre un producto o servicio en sí o sobre la comunicación de los mismos. En un estadio más avanzado se puede trabajar en la gestión del diseño de manera integral teniendo en cuenta la coherencia de la propuesta hacia el usuario. Pero desde la manera más básica el diseño trabaja de manera visual. Su modo de expresión consiste en hacer visibles las ideas, imágenes y sensaciones. Actúa como organizador, ordenador del pensamiento poniendo los conceptos en un lenguaje común de fácil acceso para la mirada del otro.

RELEVAMIENTO

El modo de abordaje con el que opera el Centro cuando tiene que abordar problemas complejos como el que nos convoca es realizar una serie de aproximaciones de manera de obtener información de diversas fuentes, de primera mano y poder procesarla de manera gráfica. Por ello se realizaron charlas, se tomaron registros fotográficos y filmicos, se realizaron entrevistas y reuniones con actores clave, visita a empresas o emprendimientos relacionados con la temática, se relevó la información disponible en internet y en los diversos informes sobre el turismo y la región. Toda esta información es la que veremos procesada y reordenada en la presente publicación.



Charlas



Fotos



Entrevistas



Empresas



Relevamiento



Filmación



Informes



Reuniones

CHARLAS

Se planificaron 4 charlas con temas amplios y convocantes, planteadas para ser dictadas en 4 ciudades diferentes con el objetivo de obtener información, escuchar las inquietudes y necesidades locales. Los temas seleccionados fueron: Marca, Marco legal, Herramientas creativas y Proceso de diseño y desarrollo de productos. En todos los casos se abrió el espacio para el debate de manera de establecer un diálogo con el público y generar un clima que permitiera plantear inquietudes y necesidades.



ANÁLISIS

Del relevamiento territorial se espera obtener un documento gráfico de Oportunidades detectadas (que es el presente informe), la elaboración de una Base de datos con los actores locales y experiencias (excel adjunto), la elaboración de un Mapa de recursos regional (actores, capacidades, experiencias). Por último y con la idea de dar continuidad y poder desarrollar las oportunidades detectadas se presenta hacia el final del siguiente documento un semillero de ideas proyecto, posibles proyectos en el territorio.



Oportunidades



Base de datos



Mapa de recursos



Ideas proyecto

3

Análisis

»



3 Análisis

En este capítulo reconstruiremos el recorrido por las ciudades visitadas, tratando de presentar la información relevada ya procesada y organizada de una manera gráfica para que sea fácilmente comprendida y que los datos relevantes de cada uno de los escenarios puedan ser rápidamente reconocidos. Asimismo, analizaremos aquellos factores que modifican o aportan a la cadena de valor del turismo y los inter relacionaremos en un mapa gráfico que nos permitirá visualizar toda la región con sus principales atractivos y actividades.

Una vez más queremos evidenciar que esta es una mirada que busca realizar aportes significativos para la región teniendo en cuenta el aporte que el diseño puede ofrecer, pero que de ninguna manera es absoluto. Seguramente se pueda continuar sumando datos, actores y puntos importantes que apuntarán a enriquecer este primer informe. También podemos encontrar un análisis de las marcas gráficas de la región junto con la información disponible en los sitios web de cada ciudad relevada. Hacia el final presentamos los datos recopilados en las charlas siguiendo la misma lógica de análisis gráfico que permita organizar, ordenar y destacar aquellos que son significativos o que puedan aportar al capítulo 4 en donde presentamos las conclusiones.

Las diferentes ciudades relevadas fueron volcadas en el informe siguiendo el orden cronológico de las visitas:

COLÓN

1. Molino Forclaz - 2. Bodegas Vulliez Sermet

SAN JOSÉ

3. Termas San José - 4. La Boutique de la Nuez Pecan - 5. Museo Histórico Regional - 6. Licores Bard

VILLA ELISA

7. Termas Villa Elisa - 8. Almacén Francou - 9. Museo Estancia «El Porvenir»

PARQUE NACIONAL «EL PALMAR»

CONCORDIA

10. Parque San Carlos - 11. Costanera Concordia

PAYSANDÚ

12. Termas de Guaviyú - 13. Parque Salader de Guaviyú - 14. Museo Histórico «Casa del Espíritu de Paysandú» - 15. Monumento a la Perpetuidad - 16. Hotel Horacio Quiroga

SALTO

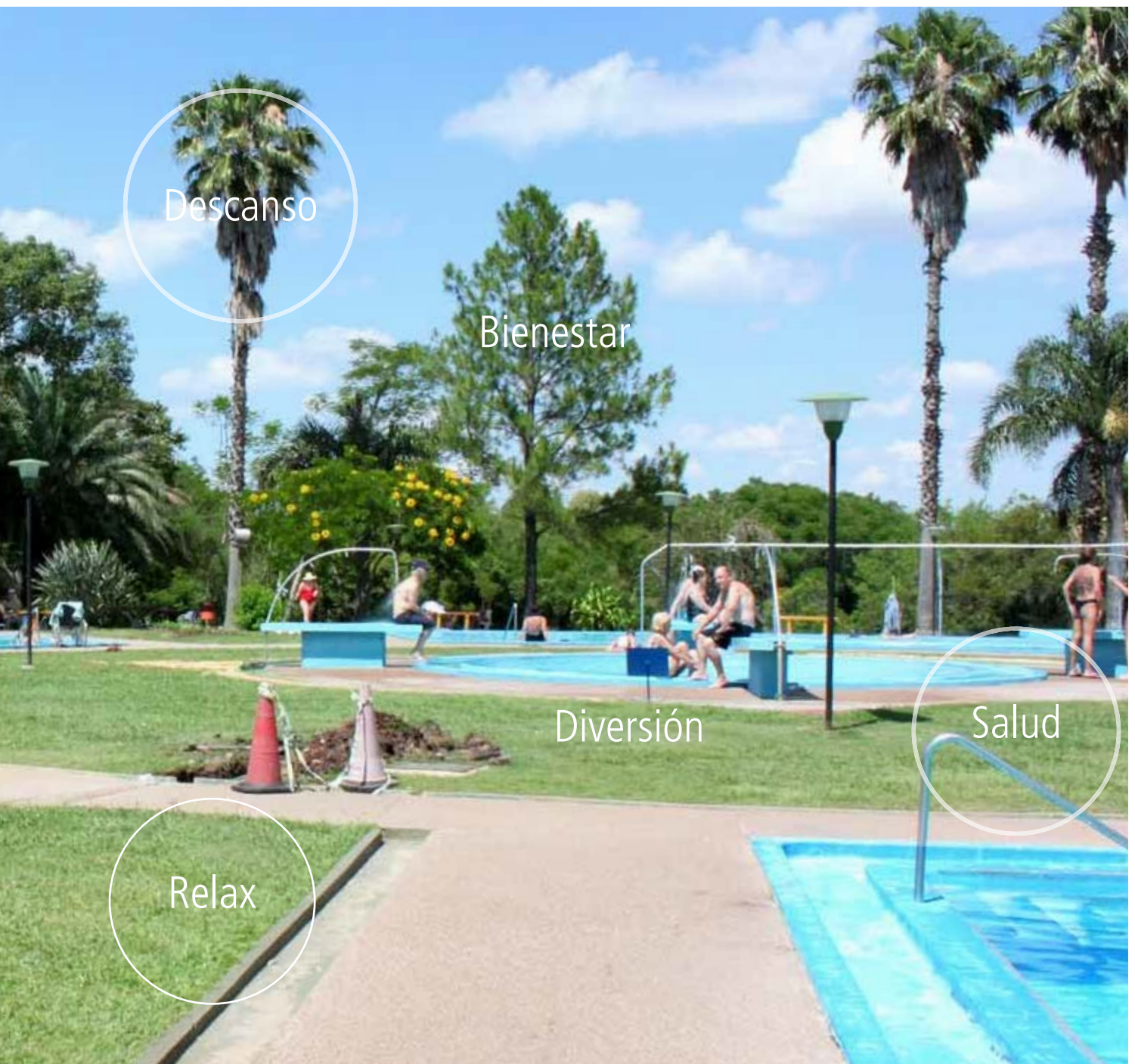
17. Termas de Arapey - 18. Termas de Daymán - 19. Bodega Bertolini Broglio

Imaginario

A priori el visitante tiene una idea del destino, la cual lo motiva a trasladarse, moldeada por los medios de comunicación, la industria cultural y el marketing. A su vez continuará con la búsqueda de información y contratación de servicios desde su lugar de residencia, el posterior traslado hacia el destino turístico, la realización de actividades y consumos *in situ* y el posterior retorno a su lugar habitual.



Es importante señalar que el visitante aporta lo propio y resignifica el lugar, siendo que algunos destinos se caracterizan por las particularidades de quiénes los visitan. Luego, el balance de la experiencia es lo que llevará al visitante o bien a volver o recomendar el destino o en caso contrario desestimarlos con los otros. Es por ello que es fundamental el trabajo dirigido al diseño de la experiencia.

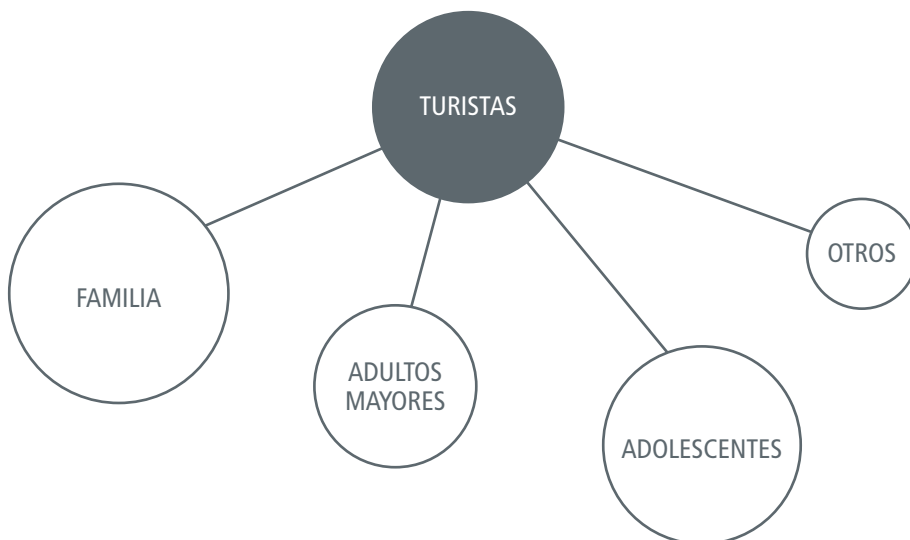


Los actores del turismo

Entre los principales actores se encuentran:

- Las instituciones públicas que conforman el sistema de administración, gestión e investigación de los recursos y del territorio donde se desarrolla el turismo: gobierno nacional, ministerios, gobierno local, academias, centros de investigación y desarrollo, centros educativos.
- Las instituciones privadas donde se incluyen las asociaciones profesionales del sector turismo (hoteleros, inmobiliarias, operadores turísticos, gastronómicos, tour- operadores, academias privadas, transportistas, responsables de propuestas de agro y ecoturismo) que gestionan empresarialmente el turismo local.
- La sociedad civil donde se incluyen:
 - las asociaciones ambientalistas sensibilizadas con los efectos sobre los recursos naturales y culturales.
 - la comunidad local que habita en los espacios turísticos o en su periferia;
- Los visitantes, a quienes la comunidad local reconoce como «turistas».

Este grupo es nuestro objeto directo de estudio. En él podemos encontrar distintos grupos, los cuales es interesante analizar para poder ofrecer productos o servicios a medida de estos usuarios. Principalmente encontramos en la zona grupos de familias, grupos de adultos mayores, adolescentes y otros que podrían ser o bien parejas sin hijos o estudiantes. Cabe destacar que durante las recorridas no hemos tomado contacto con los usuarios, sino que nos hemos situado en su lugar.



Estacionalidad y grupos etarios

Para conocer las características generales de los turistas que llegan a la zona nos entrevistamos con el secretario de turismo de Entre Ríos Raúl Darío González, con el Director de Turismo de Villa Elisa Matías Amarillo, el intendente del Parque Nacional El Palmar Mariano Calvi, y realizamos un *city tour* por Concordia con una funcionaria de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de esta ciudad.

En el marco del evento «Alternativas para diversificar la oferta turística del litoral argentino uruguayo» realizado el 6 de septiembre de 2012 en Concordia, entrevistamos al secretario de turismo de Entre Ríos quien nos contó que en el 2008 la provincia realizó un plan de reposicionamiento de la marca. «Entre Ríos era una de las primeras marcas del país allá por el año 95 que era Entre Ríos todos los verdes. En esa época el turista viajaba sólo a ver paisajes. Entre Ríos evolucionó incorporó termas, carnavales, turismo rural, pesca, y fue diversificando la oferta... Entonces eso no estaba contenido en la marca. Reposicionamos la marca, logramos una mayor visibilidad de la marca Entre Ríos en sí. Incorporamos un logo que integraba nuestra cultura, nuestra historia, la naturaleza, el verde y también el agua. No estaba presente el agua en la marca» destacó. Respecto a la implementación de acciones vinculadas a esta marca se le consultó quién las lleva adelante, y respondió que el trabajo lo realizan los asesores de imagen y la agencia de diseño del gobernador de la provincia. Por último, en relación a la promoción turística de Entre Ríos en Uruguay destacó que las principales acciones para atraer uruguayos se realizan en el Shopping de Punta Carretas en Montevideo, en la «Expo Prado», entre otros lugares.

El Director de Turismo de Villa Elisa destacó que la mayoría de los turistas que llegan a esta localidad tienen un alto nivel cultural, valoran mucho la autenticidad del lugar y son jóvenes (entre 30 y 60 años). Sobre esto último remarcó «nosotros tenemos muy claro qué turista queremos... preferimos este target de público que hemos logrado tener, que lo venimos definiendo desde el 2003. Nosotros tenemos una planificación turística desde el 2003, la actualizamos en el 2008, y en este momento (septiembre del 2012) estamos actualizando la del 2012 -que la vamos a hacer hasta el 2022-».

Por su parte el intendente del Parque Nacional El Palmar Mariano Calvi explicó que la mayoría de los turistas que visitan el parque son familias de clase media/media alta que llegan en auto y arriban al lugar como parte de un circuito (por lo general están hospedados en alguna ciudad cercana). La afluencia de turistas varía de acuerdo a la época del año y «en los últimos veintitrés años ha crecido de veinticinco mil visitantes por año a ciento sesenta y ocho mil el año pasado (2011)». Este crecimiento se explica por varios motivos, pero principalmente por la construcción de autopistas y viaductos, la cercanía con centros urbanos, la política de feriados del gobierno nacional y «también hay que tener en cuenta que Entre Ríos en los últimos años pasó de tener pocos atractivos a desarrollarse turísticamente en los últimos años. Hoy por hoy la variedad de atractivos que ofrece es mucho más importante que hace veinte años atrás». En general los fines de semana largo aumentan mucho las visitas (especialmente familias); y en septiembre, octubre y noviembre arriban al lugar excursiones de adolescentes.

Mapa de recursos locales

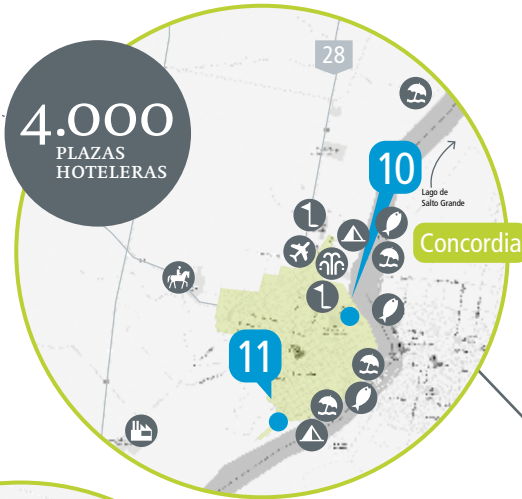
- 1 Molino Forclaz
- 2 Bodega Vulliez Sermet
- 3 Termas San José
- 4 La Boutique de la Nuez Pecán
- 5 Museo Histórico Regional
- 6 Licores Bard
- 7 Termas Villa Elisa
- 8 Almacén Francou
- 9 Estancia-Museo «El Porvenir»
- 10 Parque San Carlos
- 11 Costanera Concordia
- 12 Termas Guaviyú
- 13 Parque Saladero de Guaviyú
- 14 Museo Histórico «Casa del Espíritu de Paysandú»
- 15 Monumento a Perpetuidad
- 16 Paseo del Mercado
- 17 Hotel Horacio Quiroga
- 18 Termas de Arapey
- 19 Termas de Daymán
- 20 Bodega Bertolini Broglio

- Aeropuerto
- Auditorio
- Avistamiento de aves
- Camping
- Ferrocarril
- Golf
- Hipódromo
- Templo
- Información
- Museo
- Plaza
- Pesca
- Playa
- Puerto
- Termas
- Panorámica
- Zona industrial
- Zoológico



PESCA DEPORTIVA:
PUNTO TURÍSTICO
FUERTE

4.000
PLAZAS
HOTELERAS



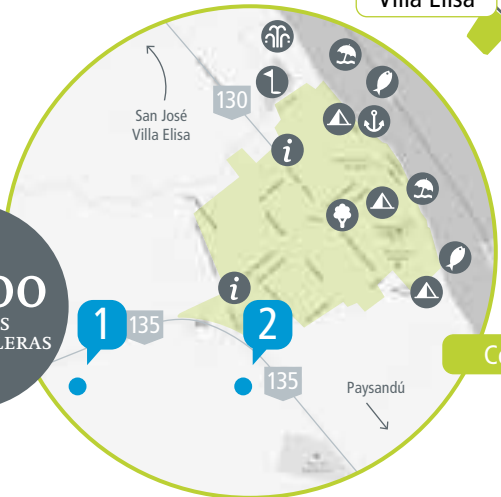
Concordia



San José



Villa Elisa



Villa Elisa

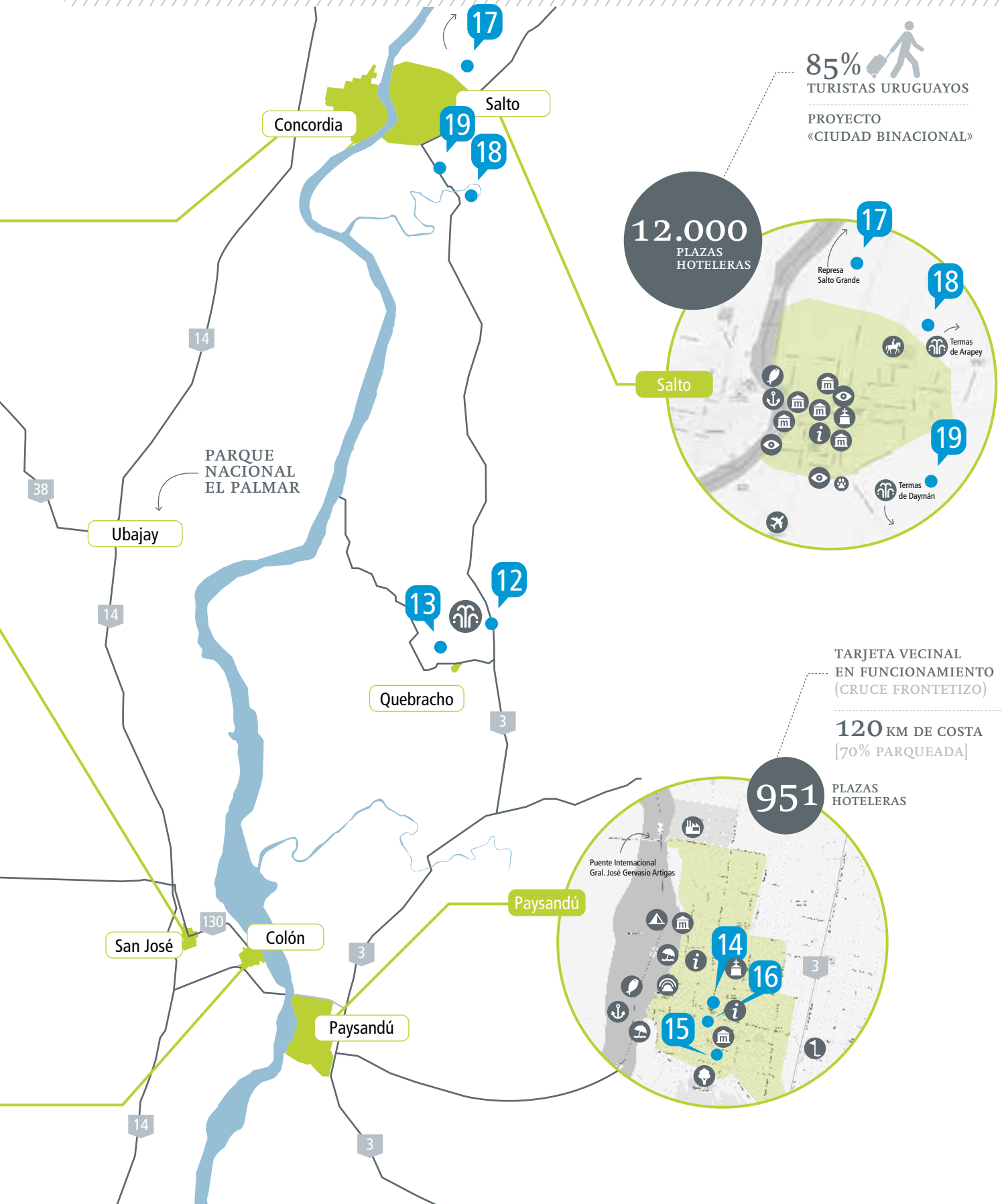
Colón

500.000
TURISTAS
POR TEMPORADA

15.000
PLAZAS
HOTELERAS



En el siguiente esquema visualizamos los puntos visitados y su ubicación geográfica. Asimismo se evidencia la variedad existente en la oferta turística de las ciudades y el potencial que tendría la complementariedad de las mismas.



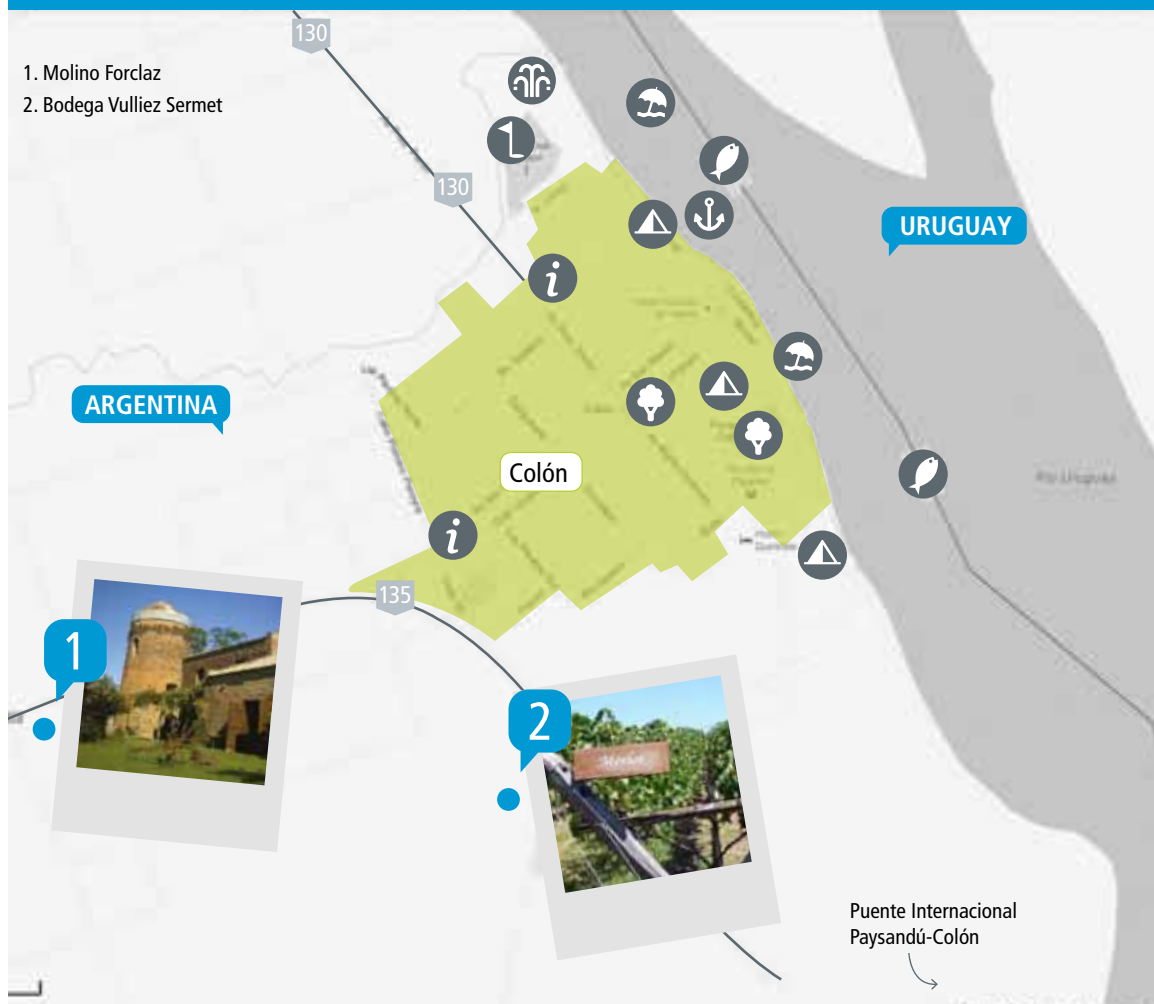
Colón

Se la considera la Capital Provincial del Turismo, debido a la llegada de turistas en temporada estival, atraídos por las cinco playas sobre el río Uruguay, que suman aproximadamente unos 10 de arenales, conformando una de las playas más extensas de Entre Ríos y para las que se han desarrollado servicios de hotelería y camping.

La infraestructura y equipamiento turístico le permite ser ciudad base para la realización de numerosas excursiones por la zona.

Esta localidad ofrece la posibilidad de vivir a pleno su naturaleza. Posee un atractivo centro comercial y su vida nocturna se presenta con mucha alegría y variedad. La región se caracteriza por cobijar a excelentes artesanos que se reúnen cada año en febrero en la «Fiesta Nacional de la Artesanía», evento que jerarquiza la actividad.

Otra de las principales alternativas es visitar las Termas de Colón (actualmente cerrada por reformas) de 4 has con 10 piscinas de agua dulce, algunas con chorros a presión y duchas; le permitirá disfrutar de un espacio de relax con vista al río. El complejo cuenta con *spa*, *drugstore*, *fast food* y todos los servicios.





ALIMENTOS

60 
PRODUCTORES
LOCALES

2.000
HECTÁREAS DE
HORTICULTURA

PRODUCTOS PREDOMINANTES
BONIATO, CALABACÍN, TOMATE, VERDURA DE HOJA
(ACELGA Y LECHUGA), PIMIENTO.

NO HAY MERCADO
DE CONCENTRACIÓN
SIN PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN

TEXTIL

 RELACIÓN CON
EL SECTOR TURISMO

DEMANDA DE BLANQUERÍA (SÁBANAS, TOALLONES,
CORTINAS, ETC)



2 COOPERATIVAS TEXTILES
EN FORMACIÓN

CONFECCIONAN PRINCIPALMENTE ROPA DE TRABAJO

MADERA

39  5

ASERRADEROS EN LA CIUDAD
SEPARACIÓN DE SUBPRODUCTOS (ASERRIN, CHIP)
PARA OBTENER MAYOR VALOR COMERCIAL

METALMECÁNICA

METALÚRGICAS + PEQUEÑOS
MEDIANAS TALLERES

TURISMO



500.000
TURISTAS
POR TEMPORADA

15.000 PLAZAS
HOTELERAS

Fuente: Informe «Proyecto para el Desarrollo Productivo del Litoral Argentino Uruguayo. Análisis de y propuestas para los sectores turismo». INTI-Entre Ríos

MOLINO FORCLAZ

Declarado Museo Histórico Nacional en 1985. Una reliquia Histórica. Está ubicado a 4 km. de la ciudad de Colón. Se encuentra a unos 200 metros del antiguo camino de ripio que une Colón con San José, en un punto más o menos equidistante entre ambas ciudades. La ruta pavimentada N° 26 pasa a pocos kilómetros del mismo, carteles indicadores permiten localizar inmediatamente la presencia del molino.

El constructor fue Juan Bautista Forclaz, de origen suizo, quien llegó a esta zona con sus mayores en la inmigración de 1859, a los seis años de edad. Su padre, Jean Forclaz, recibía noticias en Suiza de los familiares que estaban en la Argentina. En las cartas los colonos hablaban de tierras generosas y posibilidades de progresar. Ante las nuevas perspectivas, varios jefes de familia emprenden el viaje al Río de la Plata. Los colonos son ubicados en parcelas que Urquiza les asignaba, comenzando entonces el cotidiano esfuerzo para transformar la realidad circundante. La infancia de Juan Bautista transcurrió simple y tranquila en la Colonia San José. En su adolescencia se dedicó a tareas de labranza y siembra. En 1880 contrae nupcias con María Margarita Pralong. Al lado de la casa del Administrador de la Colonia, Don Alejo Peyret, y cerca de un arroyo de caudal oscilante se instala la pareja decidida a trabajar para contribuir con el progreso de la colonia.

EL MOLINO CON SISTEMA MALACATE

Juan Bautista, conocedor de todos los sistemas de molienda comunes en Europa, establece en su terreno, un mecanismo para moler granos con el sistema «malacate», el cual es accionado por tres o cuatro mulas que le proporciona grandes ganancias. Este sistema no alcanzaba, por lo cual decide construir un molino accionado a viento. Construyó el segundo molino, pero este nunca pudo funcionar.

El molino tiene 7,8 metros de diámetro; una base de piedra de 3 metros de alto que continúa en un cono de ladrillo hasta los 12 metros de alto, donde está cubierto con una cúpula giratoria de chapa de zinc, con 4 aspas de 6 metros de largo. En el interior hay 3 entresijos de madera, y se conserva la maquinaria original.

www.colonentrerios.net/colon_entrerios/content/view/30/53/

Fuente:

<http://argentinaparamirar.com.ar/verNota.php?n=24>

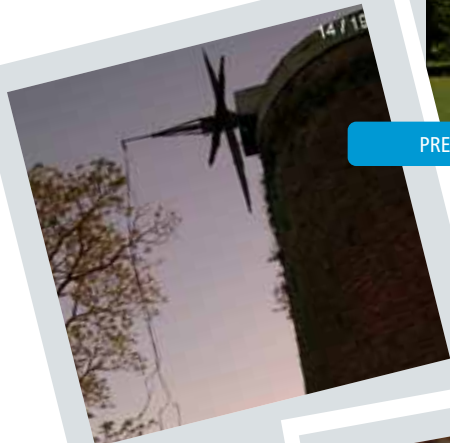
<http://entrerios.com.ar/historia-y-cultura/museo-provincial-molino-forclaz.htm>

DECLARADO
MUSEO HISTÓRICO
NACIONAL DESDE

1985



PREDIO



INTERIOR MOLINO



INTERIOR MOLINO



**HORARIO
DE ATENCIÓN**

LUNES A VIERNES

8:30 A 12 HS

DOMINGOS

14:00 A 17:00 HS



INTERIOR DE LA CASA



VISITAS GUIADAS

SÁBADOS, DOMINGO

Y FINES DE SEMANA LARGO

Colón

BODEGA VULLIEZ SERMET

En 1874 poseían viñedos familiares, y Entre Ríos era la cuarta provincia productora del país. Del 1937 a 1997 se prohibió elaborar vino fuera del territorio cuyano. Cuando se levanta la prohibición Jesús (dueño, de profesión economista) decide retomar con la actividad familiar.

Hoy en día elaboran alrededor de 60.000 botellas por año, con las variedades de Chardonnay, Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon, Tannat, Syrah y Sangiovese.

Existen otros 3 viñedos en la región, de características similares, que también producen uvas para vinificar en la bodega.

Se plantaron 3 hectáreas de las variedades: Chardonnay y en tintos: Malbec, Merlot, Cabernet Sauvignon, Tannat, Syrah y Sangiovese.

La bodega está equipada con la tecnología necesaria para elaborar vinos de alta gama.

En 2007 el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV) mediante la Resolución N° T 70067 resolvió otorgar al establecimiento la categoría de Bodega, siendo la primera y única de todo el litoral. El lugar cuenta con cabañas, una piscina y servicio de restaurant en la casona, donde podrá disfrutar de un rico asado con vino de la casa u otro menú a elección.



Forma parte del circuito local "Huellas y Sabores"

www.bodegavulliezsermet.com.ar | info@bodegavulliezsermet.com.ar
Ruta provincial 135 - km 8 | Colón-Entre Ríos-Argentina
Tel.: (03447) 15645925



VIÑEDOS EN LA ZONA

PRODUCCIÓN FAMILIAR

PREDIO



VULLIEZ-SERMET
VIÑEDOS & BODEGA

MARCA GRÁFICA



PÁGINA WEB


60.000
POR AÑO

VIÑEDOS



APLICACIÓN GRÁFICA



www.bodegavulliezsermet.com.ar



VISITAS
GUIADAS

San José

San José, se encuentra ubicada en el centro este de la provincia de Entre Ríos, a 10 Km. de la ciudad de Colón, cabecera del departamento. Se comunica con la Republica Oriental del Uruguay a través del puente Internacional «Artigas» que une Colón con la ciudad uruguaya de Paysandú mediante la ruta N° 135.

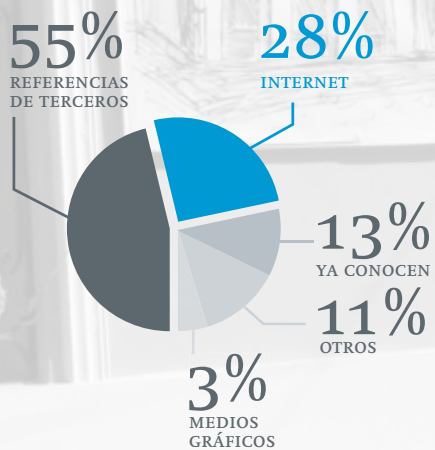
El estar construida a escasa distancia del Río Uruguay (con playas, islas y bancos de arena) le ha dado la posibilidad de ser una ciudad turística que en los últimos años ha tenido una gran afluencia de distintas regiones del país principalmente de Santa Fe, Buenos Aires, Córdoba y del interior de la provincia.



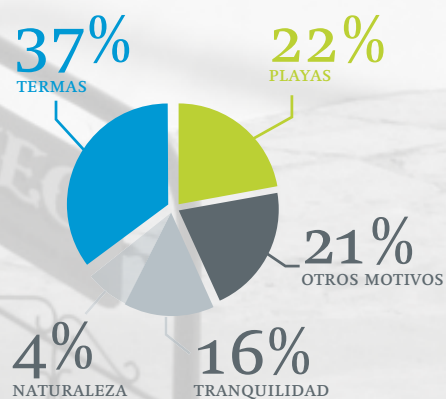


TURISMO

MEDIOS POR LOS QUE CONOCIÓ LA ZONA (AÑO 2011)



CARACTERÍSTICAS CON LA QUE ASOCIAN LA ZONA (AÑO 2011)



Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de San José.

San José

TERMAS SAN JOSÉ

Las aguas termales de San José (departamento Colón), afloraron el 10 de diciembre de 2004, inaugurándose en el año 2005. Son municipales pero están concesionadas desde el 2007.

El Complejo Termas San José se encuentra ubicado sobre un predio de 36 hectáreas contiguas al lugar donde se realizó la perforación termal, junto a la ribera del río Uruguay, explotando el potencial de la topografía del lugar pero sobre todo enriqueciendo la vista del visitante y recreando un ámbito de serenidad, calma y seguridad.

Geográficamente se encuentran a tan solo 5 minutos del centro comercial de la ciudad de Colón y del centro histórico de la ciudad de San José.

La marca actual fue elegida por un concurso y es previa a esta concesión. El 80% de visitantes proviene de Buenos Aires, luego locales, de Santa Fe, Córdoba y Uruguay. Ha aumentado el número de visitantes desde el cierre de las termas de Colón para su reparación.

Cuenta con una piscina dos toboganes rectos con un recorrido de 11 metros a 3.5 metros de altura y un tobogán curvo con recorrido de 24 metros a 4.5 metros de altura.

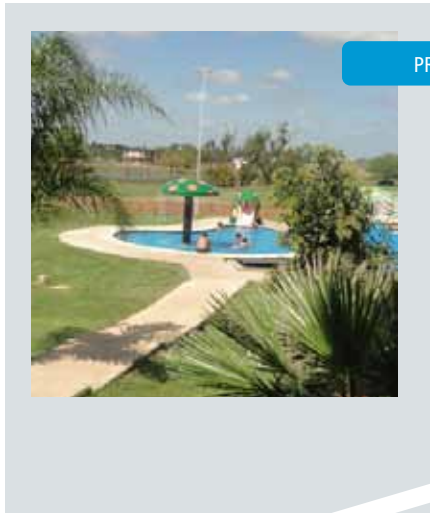
Asimismo hay una piscina de 30 cm de agua, con un tobogán con forma de rana, 4 toboganes rectos y dos hongos lluviosos, para los más pequeños. También cuenta con piscinas cubiertas de ochocientos metros cuadrados, recubiertas por cerramientos transparentes que permiten el disfrute de las Aguas Termales confortablemente y manteniendo la vista al inmenso parque y demás piscinas del complejo.

La oferta de servicios contempla:

- Piscinas con hidromasajes.
- Piscinas de uso pasivo y recreativo.
- Servicio de spa.
- Servicio gastronómico y kiosco.
- Amplios espacios verdes.
- Vestuarios.
- Guardavidas.
- Emergencia médica.
- Parque Acuático.
- Alquileres de sombrillas, batas, toallones.
- Regionales y souvenirs.

www.termassanjose.com | info@termassanjose.com
Teléfono 03447- 15437368

Fuente:
www.termasdeinterrios.gov.ar
www.termassanjose.com



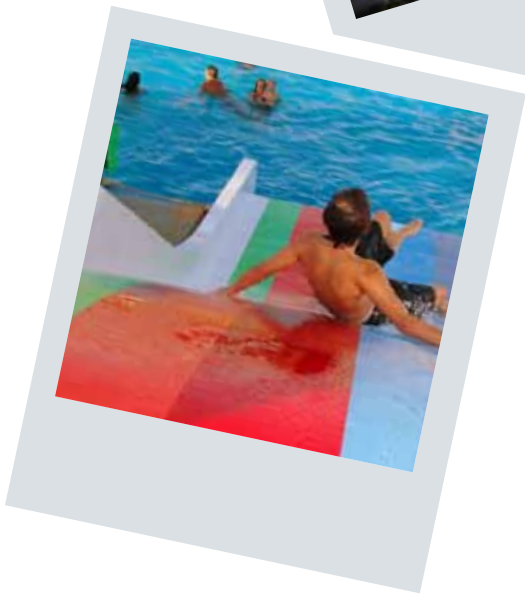
PREDIO



MARCA GRÁFICA



PÁGINA WEB



PRODUCCIÓN



San José

BOUTIQUE DE LA NUEZ PECÁN

El establecimiento cuenta con una casa de té, un patio cervecero, la boutique donde la base de los productos que se comercializan es la nuez pecán, las salas de producción y el vivero. El mismo está abierto todos los días en verano y en invierno solamente los fines de semana. Lo visitan turistas de todos lados y llegan contingentes de varias excursiones y también gente de la zona. También realizan eventos.

Un porcentaje de los productos que comercializan es producido por ellos, otro es tercerizado con la materia prima de ellos (nueces) y complementan con otros productos del rubro gourmet/dietética. En cuanto a ventas en primer lugar se ubica el vivero (venden plantines y asesoran), luego la producción de nueces y en tercer lugar lo turístico. Han realizado un video del establecimiento. Su principal debilidad son los recursos humanos. Según manifestaron les es difícil mantener al personal comprometido.

Han decidido mantener el vivero como una unidad de negocios independiente. Producen 30.000 kg de nueces que comercializan a hipermercados de Bs. As. Han exportado nueces con cáscara a Uruguay. Los productos que comercializan tienen marca propia «La Reina». Poseen nuez pecán rotulada apta para celíacos. Han estado presentes en varias exposiciones de alimentos.

Realizan visitas guiadas concebidas para que quienes las realicen conozcan y valoren la naturaleza. Al mismo tiempo permiten obtener recursos económicos que se destinan a la implementación de medidas de manejo tendientes a la conservación.

www.lospecanes.com.ar | contactenos@lospecanes.com.ar
Ruta 26 KM.7 San José, Entre Ríos
Teléfono: 03447- 470810

Fuente:
www.termasdeentrieros.gov.ar
www.termassanjose.com

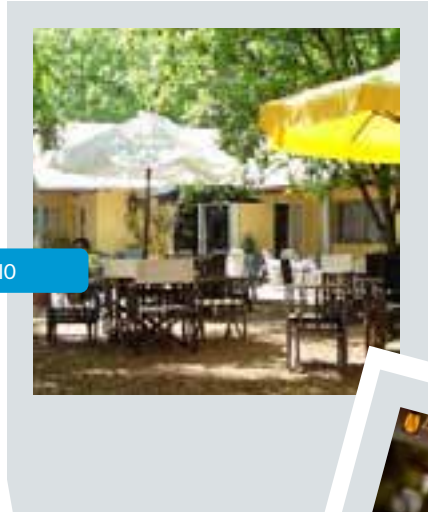


VENTAS

VIVERO 1

PRODUCCIÓN NUECES 2

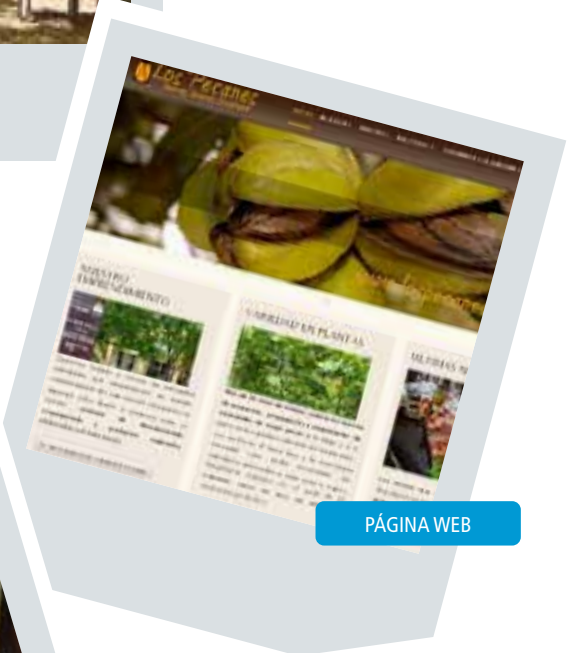
TURISMO 3



PREDIO



MARCA GRÁFICA



PÁGINA WEB



APLICACIÓN GRÁFICA



PRODUCCIÓN



www.lospecanes.com.ar



VISITAS GUIADAS

San José

MUSEO DE LA INMIGRACIÓN

El 2 de julio de 1857, un grupo de inmigrantes provenientes de Francia, Italia y Suiza, llegan a estas tierras para dar origen a la primera colonia agrícola de la provincia. Provenían de Alta Saboya, Piamonte y Valais. Las sucesivas guerras, la falta de trabajo, el reducido espacio que tenían para cultivar, la apertura de América a la colonización y la esperanza de una vida mejor, fueron algunas de las causas que los impulsaron al desarraigo.

El nuevo edificio fue inaugurado el 20 de julio de 1958. La casa, ubicada en calle Urquiza frente a la plaza principal de San José data del año 1885 y perteneció a la familia Izquierdo.

En la década del 90, y gracias al apoyo de la Fundación Antorchas, se construye la reserva técnica de la institución al tiempo que se remodelan las salas de la antigua casona, que contenía, en ese momento, la exhibición paleontológica del Sr. Guillermo Gómez Cadret. Esta exhibición dio origen al actual Museo de Ciencias Naturales que funciona hoy de manera independiente sobre calle Sarmiento. En 1997, la institución es una de las ganadoras del concurso «Innovación en Museos» organizado por la Fundación YPF. Esto le permite concretar intercambios con el Ellis Island, Museo de Inmigración de Estados Unidos, al tiempo que logra el apoyo del Smithsonian Institution quien conjuntamente con la organización de Fundación Antorchas, ofrecen a veinticinco becarios, tanto del país como del extranjero, un seminario sobre Conservación y Exhibición de Colecciones Históricas.

El proyecto, que tuvo una inversión inicial de cien mil pesos, permitió derribar tabiques, renovar cielorrasos, reemplazar desagües pluviales, equipar y mejorar la reserva técnica y concretar una nueva diagramación. Colaboraron además de Antorchas e YPF, el municipio local, la fundación Bunge y Born y el Fondo Nacional de las Artes.

La exposición «Nuestros abuelos, los pioneros – Colonos europeos en la costa del río Uruguay» fue inaugurada en octubre de 1999 e impacta al visitante, desde su ingreso a la sala.

La excelente preparación técnica que tienen los empleados del Museo en colaboración con arquitectas, diseñadoras locales y otros profesionales, ha permitido aportar sus conocimientos en otros proyectos de envergadura que se han realizado a nivel regional, tales como el Centro de interpretación visual en Pueblo Liebig en 2006 y la creación del Museo Judío de Entre Ríos en Concordia en 2007.

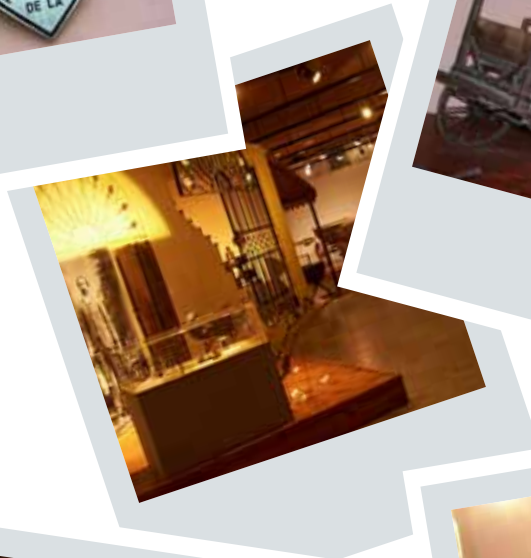
museohistoricosj@arnetbiz.com.ar
Calle Urquiza 1127, San José, Entre Ríos, República Argentina
Teléfono y Fax (54) (0) 3447- 47 00 88

Fuente:
www.museocoloniasanjose.com.ar
www.sanjoseweb.com.ar/ciudad/museo.html
<http://entrierios.com.ar/historia-y-cultura/museo-historico-regional-de-la-colonia-san-jose.htm>



MARCA GRÁFICA

PREDIO



HORARIO DE ATENCIÓN

MARTES A DOMINGOS

INVIERNO

DE 9 A 12 HS Y 15 A 18 HS

VERANO

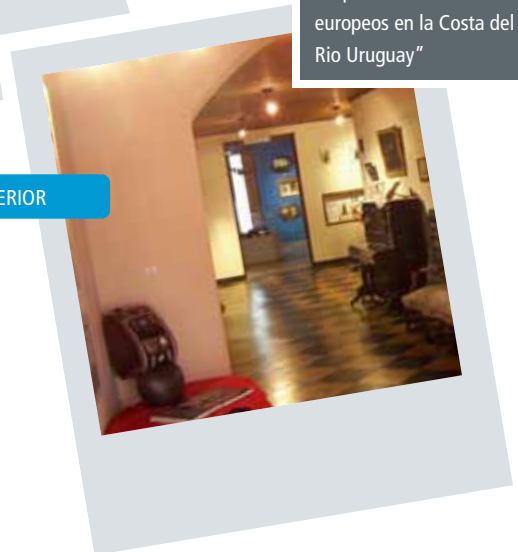
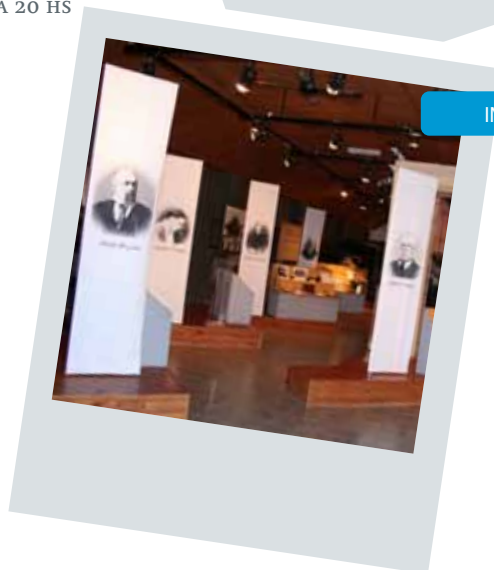
DE 9 A 12 HS Y 17 A 20 HS



EXPOSICIÓN:

"Nuestros abuelos, los pioneros. Colonos europeos en la Costa del Río Uruguay"

INTERIOR



San José

LICORES BARD

En 1908 los hermanos Bard comenzaron con el desarrollo de un motor a carbón para generar energía y una fábrica de Soda y hielo. Luego comienzan con los licores. En el 43 estatizan la empresa, dejan el negocio de la energía y se dedican a los licores.

El establecimiento cuenta con una cocina de jarabe, un lavadero de botellas y un salón donde se muestran objetos de la época de los abuelos, donde se exhiben los productos y se realiza la degustación y la venta de los mismos a través de amenas visitas temáticas. El proceso de elaboración sigue siendo el mismo que el empleado por los antepasados desde 1908, desarrollando un producto netamente natural y artesanal.

Hoy trabajan con las técnicas ancestrales con horno a leña en ollas de 300 litros. Con ello producen 1.200 botellas de 750 CM³. Maceran la fruta por 1 año como mínimo. Todo tradicional y ancestral. Sin conservantes ni químicos. Desde el 2008 cortaron con la venta masiva (en el centenario) y transformaron el negocio en un salón de exposición y ventas (con degustación). Los sabores actuales son: naranja, miel y yatay. Elaboran 1 vez por mes.

www.licoresbardsanjose.com.ar | licoresbard@hotmail.es
Entre Ríos y Sarmiento - 3283 San José - Entre Ríos
Teléfono-fax: (03447) 470214

Fuente:
www.huellasysabores.com.ar/licores-bard.php

! Forma parte del circuito local "Huellas y Sabores"



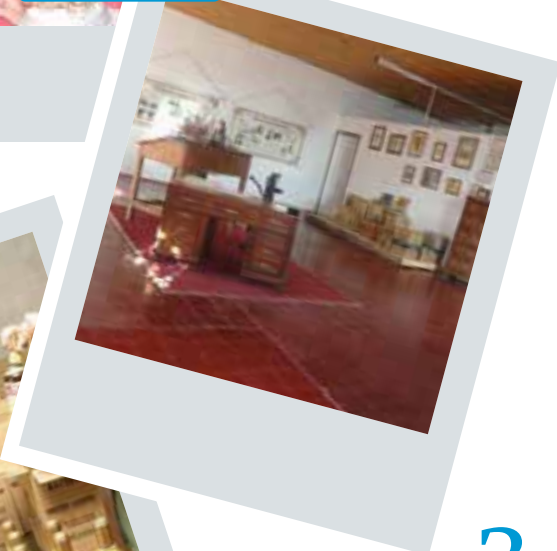
MARCA GRÁFICA



INTERIOR



ENTRADA



PRODUCCIÓN

750 CM3

1200

POR AÑO (ELABORAN 1 VEZ AL MES)

3 SABORES NARANJA MIEL YATAY



APLICACIÓN GRÁFICA

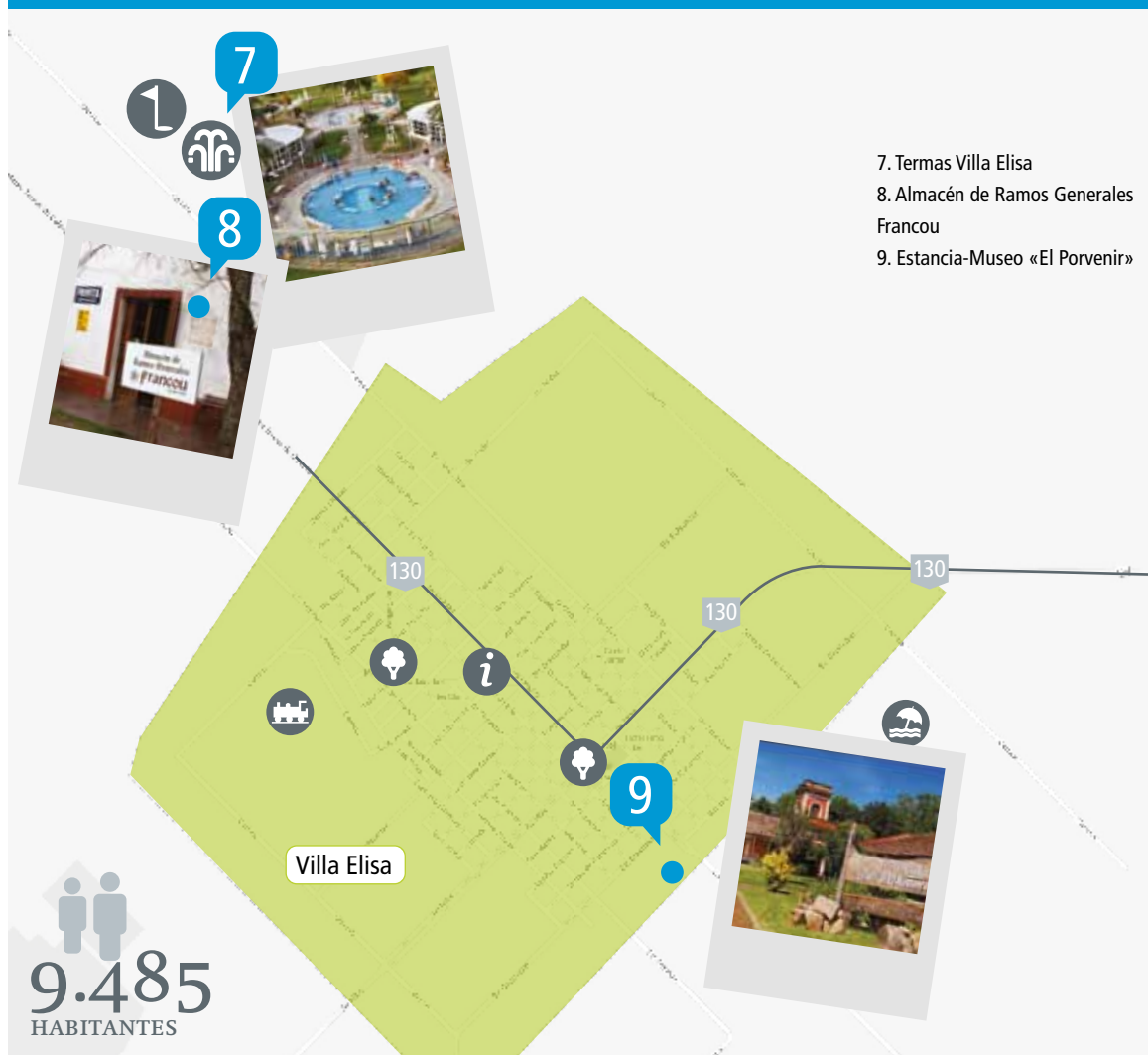


Villa Elisa

Villa Elisa se fundó en 1890 a partir del arribo de inmigrantes provenientes de Saboya (Francia), Piamonte (Italia), Valais (Suiza) y Vascos (España) formando parte del inicio del proceso migratorio hacia Argentina.

Cuenta con servicios públicos de alumbrado, red de agua corriente, sistema cloacal y recolección de residuos para la mayoría del área urbana. Los espacios públicos verdes equivalen al 2,6% del total de la planta urbana, representan 112,75 mts² por habitante, siendo muy sensibles para las autoridades y para los pobladores que valoran su mantenimiento, aspecto que caracteriza a la ciudad que posee amplios y cuidados espacios verdes y floridos, que le permitieron el denominativo de «Ciudad Jardín».

El descubrimiento de las aguas termales despertó espontáneamente su encanto turístico, y la generosa infraestructura erigida en torno a ellas, la consolidó como un destino destacado de la propuesta entrerriana. Alivio, relax, placer, distensión, comodidad, entretenimiento, todo está al alcance de la mano en el Complejo Termas de Villa Elisa, uno de los preferidos por el turismo nacional.





Villa Elisa

TERMAS VILLA ELISA

Las Termas de Villa Elisa se encuentran ubicadas a 370 km de Buenos Aires y a 230 km de Paraná, sobre la ruta Nacional N° 130, la ciudad de Villa Elisa. Se erige en un predio de 41 hectáreas y cuenta con un hermoso lago artificial.

Presentan mecanismos de acción terapéutica: son estimulantes de funciones celulares, trofismo celular y actividad del metabolismo, posee usos dermatológicos, puede ser usada en enfermedades pulmonares obstructivas crónicas, tiene efecto antiinflamatorio, estimula el sistema nervioso vegetativo. También es altamente beneficiosa en procesos de recuperación de intervenciones quirúrgicas del aparato locomotor, lesiones traumáticas, afecciones reumáticas crónicas y rehabilitación neurológica, entre otras.

Actualmente el complejo cuenta con 6 piscinas, de diferentes temperaturas, profundidades y usos. 2 son de uso pasivo exclusivo para mayores, con bancos en el área periférica para permanecer sentados, una de ellas semicubierta con chorros para las cervicales, sanitarios y vestidores en su interior, ambas con hidrojets en los laterales. Otra es de uso recreativo, también semicubierta. Hay tres piscinas para chiquitos con profundidades de 0,30 a 0,80 metros. En uno de sus laterales cuenta con una pequeña piscina circular en la que funcionan cuatro duchones, con agua a presión, ideales para masajes de espalda.

En el complejo se distinguen distintos sectores de acuerdo a los servicios que se prestan: oficina de administración e informes, telecabinas e internet; sanitarios y vestidores para damas y caballeros calefaccionados; servicio de enfermería y guardavidas permanente. Local de venta de Indumentaria y alquiler de batas, toallones y casilleros de seguridad. Local de Artesanías. Kiosco y proveeduría, alquiler de sillas, mesas, sombrillas y reposeras. Gastronomía: Restaurante y Parrilla, Confeitería y *Snack Bar*.

Hay 101 Bungalows habilitados con capacidad de 2 a 6 personas, un Hotel con treinta y tres habitaciones; y un sector de Camping para carpas y un playón para casillas rodantes y/o motor homes.

Diariamente se realizan actividades, reforzándose durante los fines de semana. El complejo cuenta con cancha de voley, fútbol, tejo, canchas de tenis y un campo de golf de 9 hoyos. En el lago artificial se pueden alquilar pedales. Hay también juegos de plaza para chicos.

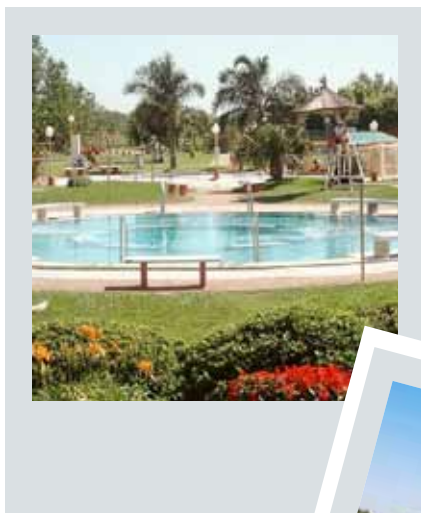
Cuenta con el primer spa lúdico termal del litoral argentino: Velissa Spa Termal. En un espacio que busca la integración de la salud psíquica, física y emocional, y el incuestionable valor agregado del agua termal.

<http://termasvillaelisa.com/>
Ruta Nac. 130 Km 20 - Villa Elisa - Entre Ríos
Teléfono-fax: (03447) 480687

Fuente:
www.termasdeentrieros.gov.ar/termas-de-villa-elisa-entre-rios.php

101

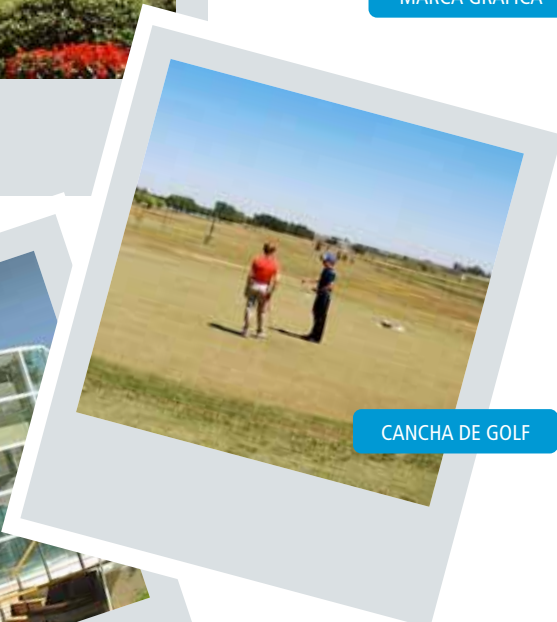
BUNGALOWS



MARCA GRÁFICA



SPA TERMAS



CANCHA DE GOLF

6

PISCINAS



APLICACIÓN GRÁFICA



ALMACÉN DE RAMOS GENERALES FRANCOU

El Almacén de Ramos Generales Francou está ubicado a 12 km. del Complejo Termal de Villa Elisa, Entre Ríos. Es un auténtico reducto que atesora más de cien años de historia. La magia del lugar transporta a sus visitantes a los primeros años de vida del almacén, a través de las anécdotas contadas por sus dueños. La decoración está conformada por ropas antiguas, máquinas de escribir, libros diarios y contratos del almacén, útiles escolares, una picadora de fiambre, monedas, billetes y fotografías de antaño.

Ofrece un gran número de productos regionales elaborados por la gente de campo: chorizo casero, jamón crudo, mortadela, paleta, variedades de queso, pan casero, aceitunas, huevos de codorniz y verduras en escabeches son algunas de las exquisiteces que se pueden disfrutar en la típica picada de campo. Además, el lugar, conservado por la familia de uno de sus tres fundadores, Antonio Francou, ofrece meriendas con mermeladas artesanales, dulce de leche y pan caseros, tortas y pasteles.

Desde el 13 de julio de 2010 el Almacén de Ramos Generales Francou es un lugar donde el turista tiene la posibilidad de vivenciar la vida cotidiana de los pobladores de la colonia e intercambiar experiencias con aquellos típicos personajes del lugar, mientras saborean una exquisita picada o merienda de campo.

Formación del almacén

En 1907 se conforma una sociedad entre los señores Alberto Bazón, Juan Pons y Antonio Francou, para crear un emprendimiento comercial que logre abastecer la demanda de los colonos instalados en la zona de Colonia «El Carmen». Este emprendimiento fue un Almacén de Ramos Generales, donde los habitantes encontraban desde alimentos, ropas, insumos para la cocina hasta herramientas para el trabajo en el campo.

En 1910 Francou adquiere las partes de sus socios y pasa a ser el dueño único del almacén de Ramos Generales. En ese momento se toma una fotografía con algunos pobladores del lugar en una pared del almacén, frente a una ventana con una mesa de madera muy antigua, 100 años más tarde en homenaje al bicentenario de la patria se toma una fotografía en el mismo lugar, con los nietos de aquellos pobladores ubicados en la misma posición. Actualmente ambos cuadros se exhiben como reliquia, en un privilegiado lugar del Almacén donde es observado con admiración por los visitantes que concurren al lugar a empaparse con su historia.

almacenderamosgeneralesfrancou.blogspot.com.ar
Ruta Nac. 130 Km 16 - Villa Elisa - Entre Ríos
Teléfono-fax: (03447) 480458

Fuente:
almacenderamosgeneralesfrancou.blogspot.com.ar



DESAYUNOS ARTESANALES
PICADAS DE CAMPO
MERIENDAS CASERAS
PRODUCTOS REGIONALES



ENTRADA



MARCA GRÁFICA



APLICACIÓN GRÁFICA

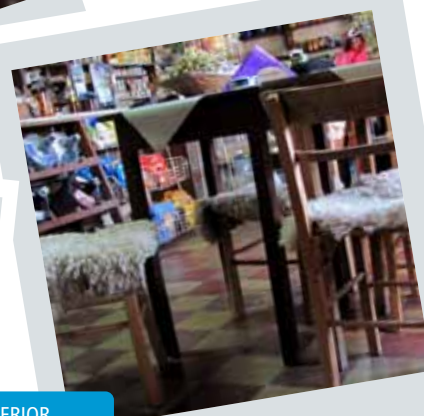


HORARIO DE ATENCIÓN

LUNES A SÁBADOS
9:00 A 12:00
Y DE 15:00 A
19:00 HS



INTERIOR



Villa Elisa

ESTANCIA MUSEO EL PORVENIR

El antiguo casco de la Estancia Museo «El Porvenir» data de 1885, fue la residencia del fundador de la ciudad, don Héctor de Elia. Fue adquirido en 1980 por la Municipalidad de Villa Elisa para rescatar este emblemático edificio desde donde se pensó y diagramó la ciudad de Villa Elisa a fines del siglo XIX. Actualmente es Monumento Histórico Municipal.

Héctor de Elia antes de fundar Villa Elisa le compra a Juan Medina el casco de la estancia y algunas hectáreas de campo a su alrededor, denominándola «El Porvenir». A principios del siglo XX le incorpora un artístico mirador de estilo liberal, inspirado en el Renacimiento italianizante.

En la actualidad, sus salas albergan piezas museológicas que hicieron a la vida de los primeros colonos y sus familias. Las salas anexas suman numerosos objetos traídos por los primos europeos a partir del Centenario de la ciudad (1990), además de autos antiguos y carruajes, que completan un paseo cultural y muy entretenido, que le permite al visitante descubrir la historia local. Un parque de dos hectáreas rodea la construcción, destinado a la recreación de los visitantes, con servicios de parrillas, juegos infantiles y área de deportes.



Según la página web local www.sanjoseweb.com.ar casi 10.000 personas conocieron el Museo Estancia El Porvenir durante 2012. El dato surge de los registros realizados por el personal del Museo a lo largo del año. La procedencia de los visitantes fue principalmente de Buenos Aires, Capital Federal, Santa Fe y Entre Ríos.

museoelporvenir@gmail.com
Ruta Nac. 130 Km 16 - Villa Elisa - Entre Ríos
Teléfono-fax: (03447) 481666

Fuentes:
<http://www.unatierradiferente.com/todo-para-hacer/estancia-museo-el-porvenir.htm>
<http://villaelisa.tur.ar/2012/01/12/estancia-museo-el-porvenir/>
<http://villaelisa.com.ar/inicio/index.php/7-villa-elisa/2-museo-el-porvenir>



ENTRADA



HORARIO DE ATENCIÓN

LUNES A VIERNES

DE 10 A 13 HORAS Y 16,30 A 19.00 HS

SÁBADO, DOMINGO Y FERIADOS DE 10

A 13 HORAS Y 16,30 A 20.00 HS



INTERIOR



VISITAS
GUIADAS