



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES
INTERNACIONALES

LICENCIATURA EN TURISMO

MODALIDAD DE TRABAJO FINAL INTEGRADOR: PRÁCTICA DISCIPLINAR

TEMA: Gestión y desarrollo turístico.

**POSIBILIDADES PARA EL TURISMO EN FIGHIERA.
IDEAS PARA UNA INTERVENCIÓN DIRIGIDA AL DESARROLLO DEL
SECTOR TURÍSTICO EN LA LOCALIDAD.**

Rosario, 27 de octubre de 2023

ALUMNA: Chiurchiú, Jazmín Inés

Nº de Legajo: C-0094/9

MAIL: chiurchiujazmin06@gmail.com

DIRECTORA: Sassaroli, Valeria Alejandra

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, mi hermano y mi cuñada, por ser mi pilar y mi apoyo siempre.

A mis abuelos, por sus palabras y sus abrazos, por su contención en cada momento de mi vida.

A los amigos que esta carrera me regaló, por todos los momentos compartidos, y a los amigos que me acompañaron toda la vida con su apoyo incondicional.

A Alicia Mastruarena, quien siempre estará en mi corazón por ser una gran compañera.

A la Universidad Nacional de Rosario, la universidad pública de calidad, a la que le estaré siempre inmensamente agradecida, por permitirme estudiar y formarme.

A la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales y a la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas, por ser mis casas de estudio.

A las coordinadoras de la carrera Sofia Perotti y Adela Puig, por su inmensa dedicación para la creación y desarrollo de la Licenciatura en Turismo.

A todos los profesores y profesoras que conforman el cuerpo docente de la carrera por su trabajo y dedicación.

A mi directora de TIF, Valeria Sassaroli, por acompañarme, guiarme, escucharme, entenderme y, sobre todo, por enseñarme.

Y a aquellas personas que contribuyeron para que pueda realizar este trabajo y finalizar una gran etapa de mi vida.

A TODOS, INMENSAMENTE

¡GRACIAS!

ÍNDICE

1	RESUMEN.....	4
2	PALABRAS CLAVE.....	4
3	INTRODUCCIÓN	5
4	PRIMER CAPÍTULO: ÁREA DE ESTUDIO: DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO.....	9
4.1	FIGHIERA Y SUS ANTECEDENTES.....	9
4.2	DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA DE FIGHIERA	10
4.2.1	LÍMITES GEOGRÁFICOS.....	10
4.2.2	RELIEVE, CLIMA, FLORA Y FAUNA	11
4.3	ATRATIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS.....	11
4.3.1	RÍO PARANÁ.....	12
4.3.2	ARROYO PAVÓN (Terrenos de la margen derecha pertenecientes a Fighiera)	14
4.3.3	ANTECEDENTES DE ATRATIVOS	18
4.4	DESCRIPCIÓN SOCIOECONÓMICA DE FIGHIERA.....	19
4.5	DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN COMUNAL.....	20
5	SEGUNDO CAPÍTULO: DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN	22
5.1	DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DEL PROBLEMA	22
5.2	MAPEO DE ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL 23	
5.3	EVALUACIÓN Y CONCLUSIÓN DEL DIAGNÓSTICO	23
6	TERCER CAPÍTULO: ESTADO DEL ARTE Y NOCIONES CONCEPTUALES	26
6.1	TURISMO.....	26
6.2	POLÍTICAS PÚBLICAS	29
6.2.1	POLÍTICAS TURÍSTICAS.....	29
6.3	TURISTA.....	30
6.4	VISITANTE.....	30
6.5	EXCURSIONISTA	31
6.6	ACTIVIDAD TURÍSTICA	31
6.7	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.....	31
6.7.1	PROYECTO TURÍSTICO	32
6.8	DESTINO TURÍSTICO	32
6.8.1	RECURSOS TURÍSTIVOS Y ATRATIVOS TURÍSTICOS	33
6.9	OFERTA TURÍSTICA.....	34
6.10	DEMANDA TURÍSTICA.....	34

6.11	TURISMO ESTUDIANTIL	35
6.12	TURISMO ACCESIBLE	36
6.13	MARKETING.....	36
6.14	ANÁLISIS FODA	37
6.15	DESARROLLO SOSTENIBLE.....	37
6.16	CAPACIDAD DE CARGA.....	37
7	CUARTO CAPÍTULO: PROPUESTAS Y ALTERNATIVAS TURÍSTICAS.....	38
7.1	FUNDAMENTO	38
7.2	REVALORIZACIÓN DE LOS ESPACIOS: MAPA TURÍSTICO, PLAN DE MARKETING, PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, OFERTA TURÍSTICA, MAPA TURÍSTICO.....	39
7.3	REESTRUCTURACIÓN DEL CAMPING SAN CAYETANO.....	41
7.4	EVENTOS Y FESTIVALES.....	44
8	QUINTO CAPÍTULO: CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES.....	46
9	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	48
10	FUENTES DOCUMENTALES	51
11	ENTREVISTAS	52
12	SITIOS WEB CONSULTADOS.....	52
13	ANEXOS	53
13.1	ANEXO N° 1	53
13.1.1	MAPA N°1: MAPA DEL DEPARTAMENTO DE ROSARIO	53
13.1.2	MAPA N°2: ZONA URBANA Y SUBURBANA DE FIGHIERA.....	54
13.1.3	MAPA N°3: MAPA TURÍSTICO DE FIGHIERA	55
13.2	ANEXO N°2	56
13.2.1	ANEXO FOTOGRÁFICO N°1	56
13.2.2	ANEXO FOTOGRÁFICO N°2.....	57
13.3	ANEXO N°3: LISTA DE INSTITUCIONES LOCALES.....	58
13.4	ANEXO N°4: CARACTERIZACIÓN DE ACTORES PRIVADOS	60

1 RESUMEN

Este Trabajo Integrador Final resulta del análisis del recorrido por la práctica pre profesional, espacio curricular del último año de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. La misma se desarrolla en la Comuna de Fighiera y permite identificar un conjunto debilidades y dificultades y en el diseño de políticas para su desarrollo, situación que da lugar a la necesidad de reflexionar acerca de esas cuestiones para pensar alternativas que permitan propiciar el desarrollo del sector.

Este informe pretende ser un análisis descriptivo de los rasgos contextuales y las potencialidades turísticas locales, basado en la elaboración y la sistematización de información, con la finalidad de esbozar un conjunto de ideas orientadas a contribuir al desarrollo del sector.

2 PALABRAS CLAVE

Turismo, recursos turísticos, atractivos turísticos, planificación, gestión, políticas públicas.

3 INTRODUCCIÓN

El surgimiento del pueblo de Fighiera puede situarse a inicios del siglo XX. Específicamente, en 1909, comienza a desplegarse el Ferrocarril, lo que implica el desarrollo de obras y el creciente arribo de trabajadores y la consecuente configuración de una idea de pueblo. Sólo en 1926, se emite una resolución del poder ejecutivo que aprueba oficialmente la traza del pueblo.

Fighiera es una localidad a orillas del Río Paraná, a 35 km al sur de la Ciudad de Rosario y 36 km al norte de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, Buenos Aires. De acuerdo con la información que proporciona el INDEC (2010), cuenta con 5.028 habitantes y su desarrollo económico es variado.

El trabajo que se presenta pretende ser un análisis reflexivo del trabajo realizado en el marco de la práctica pre profesional realizada en la Institución Comunal de la localidad de Fighiera, Santa Fe. Este proceso permite la observación de un conjunto de cuestiones vinculadas al sector turístico local que dificultan su desarrollo.

La falta de sistematización de la información relativa al sector turístico genera dificultades de definiciones de propuestas para su desarrollo, así como también en el propio proceso de la práctica. La falta de datos caracteriza tanto la gestión histórica del área como la situación actual de rasgos, recursos, atractivos y actores del sector.

En este sentido, es importante destacar que la Comuna no cuenta con un área o secretaria de turismo. En la práctica desarrollada en la institución, se identifica que el turismo no constituye un tema de agenda. Esto se pone de manifiesto en la escasez de políticas públicas relacionadas específicamente al sector turístico, dificultando su desarrollo e impidiendo el aprovechamiento de los atractivos y recursos naturales, culturales y patrimoniales que el pueblo posee.

En virtud de estas cuestiones, el turismo no constituye una actividad económica relevante en la Comuna. La falta de información y las dificultades en la gestión de los atractivos se vincula también con la débil articulación entre actores públicos y privados del sector, lo que se traduce también en las dificultades para atraer turistas y visitantes. En el mismo sentido, se

observa una ausencia de políticas y de proyectos turísticos que promuevan el desarrollo del sector.

La falta de información, mencionada en líneas anteriores, impide dar a conocer la infraestructura disponible para recibir turistas y visitantes, e identificar aquellas cuestiones que deben mejorarse para así brindar una mejor estadía a quienes deseen visitar los atractivos y, por tanto, dificulta las posibilidades de imaginar políticas públicas para el desarrollo de la localidad y el turismo.

Partiendo de la situación problemática descrita en líneas anteriores surge la pregunta general: ¿Cuáles son las características de la gestión y el desarrollo del turismo en la actualidad en la localidad de Fighiera? De la misma se desprenden las siguientes preguntas específicas: ¿Cuál es la situación actual del turismo en la localidad de Fighiera? ¿Cuál es el potencial turístico de la localidad de Fighiera y con qué recursos turísticos cuenta? ¿Qué iniciativas se han planteado durante el período 2000-2023 que contribuyen al desarrollo del turismo local? ¿De qué manera la gestión y construcción de un departamento de turismo en la localidad de Fighiera se configura como una herramienta para el desarrollo del turismo local? y ¿Cuáles son las posibilidades de abordar la construcción del departamento de turismo en la localidad de Fighiera?

El objetivo es describir las características de la gestión y el desarrollo del turismo en la actualidad en la localidad de Fighiera. El trabajo, de carácter descriptivo, busca dar cuenta de las características de la gestión y el desarrollo del turismo en la actualidad en Fighiera a partir de un diagnóstico de situación. La estrategia metodológica contempla la obtención de información a partir del diseño y aplicación de un conjunto de entrevistas -a diferentes funcionarios de la Comuna de Fighiera, personalidades locales, privados de la localidad- y la observación y análisis de fuentes documentales.

El recorte temporal es amplio, tomando como referencia general las fechas de fundación del pueblo hasta el corriente año. Esta decisión se funda en la relevancia de identificar los acontecimientos y sucesos locales, para dar cuenta de los antecedentes históricos y reflexionar acerca del fenómeno, orientado a intentar un análisis exhaustivo que permita delinear posibles alternativas para mejorar el sector.

En tiempos de pandemia, el Estado Provincial implementa políticas públicas aprobadas por el Estado Nacional que destinan partidas presupuestarias orientadas a dinamizar distintos tipos de turismo -de cercanía, rural, eco turismo, entre otros. Entre ellas, algunas se dirigen a promover desplazamientos breves de turistas y viajeros, hacia espacios caracterizados por sus contextos de tranquilidad y disfrute. En consecuencia, un conjunto de lugares considerados atractivos -y poco explotados- y la comunidad de la que forman parte reciben ingresos económicos gracias a estos desplazamientos. En las últimas décadas, el turismo fue tomando cada vez más impulso, convirtiéndose en “una actividad que puede contribuir a los procesos de desarrollo local, constituyéndose en un verdadero dinamizador económico y social de una comunidad” (Toselli, 2019: 344).

Este trabajo surge de la necesidad de una sistematización de la información relacionada a la localidad, sus características geográficas, sociales y económicas, la descripción de sus atractivos naturales y culturales que conserva. Es importante insistir en la idea de que, para el diseño y la gestión de políticas públicas, en el marco de la planificación estratégica del turismo local, se deben contemplar los rasgos locales, los recursos y atractivos turísticos. En este sentido, el vacío de información y de conocimiento sobre la actividad turística en la localidad, junto con la mala gestión y el escaso fomento de los atractivos turísticos, constituyen las causas que dificultan que la localidad se posicione entre los destinos turísticos de la región. Este trabajo pretende contribuir a producir y sistematizar información, así como a imaginar y diseñar alternativas orientadas al desarrollo del sector turístico que tienda a mejorar el desarrollo socioeconómico y cultural de la localidad.

El primer capítulo enuncia una descripción del área de estudio, caracterizando el espacio a partir de los antecedentes de Fighiera y de sus rasgos geográficos. Se realiza un mapeo y descripción de los atractivos y recursos turísticos locales que posee y que se encuentran vigentes, mencionando algunas particularidades y atractivos que, si bien no están disponibles en la actualidad, se han configurado a lo largo del tiempo como parte del patrimonio histórico-cultural local.

El segundo capítulo presenta el diagnóstico de situación a partir del análisis del problema brevemente descrito en líneas anteriores, identificando los actores que intervienen en el turismo local.

El tercer capítulo da cuenta del estado del arte y las nociones conceptuales necesarias para entender la problemática planteada y aportar las bases de conocimiento centrales para analizar el fenómeno turístico en Figuera, abordándolo en sus posibilidades de desarrollo y aprovechamiento. Los conceptos detallados en el capítulo son: turismo, políticas públicas, políticas turísticas, turistas, visitantes, excursionistas, actividad turística, planificación turística, proyecto turístico, destino turístico, recursos y atractivos turísticos, oferta y demanda turística, turismo estudiantil, turismo accesible, marketing, análisis FODA, desarrollo sostenible y capacidad de carga.

El cuarto capítulo, desarrolla un conjunto de posibles alternativas para la localidad, propiciando las bases iniciales necesarias para permitir el desarrollo y tender a posicionar a Figuera como destino regional.

En el quinto capítulo, se esbozan una serie de reflexiones finales.

4 PRIMER CAPÍTULO: ÁREA DE ESTUDIO: DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO

4.1 FIGHIERA Y SUS ANTECEDENTES

La información brindada por la Secretaría de Cultura de la Comuna de Fighiera permite señalar que el territorio en el que hoy se sitúa la localidad, corresponde a lo que fue el antiguo *Pago de los Arroyos*. Esta gran región sudeste de la Provincia de Santa Fe, comienza al norte de la desembocadura del río Carcarañá y se extiende hacia el sur en dirección al arroyo Ramallo de la Cañada de las Hermanas, en la actual provincia de Buenos Aires. Sus límites al oeste están en la actual provincia de Córdoba.

El ferrocarril se instala en 1909 en un proceso liderado por el ingeniero Félix Fighiera quien desarrolla la ampliación de las obras existentes y la construcción de la estación de tren para el traslado de pasajeros y de cereales. El pueblo se configura en este contexto, recibiendo el nombre de su constructor y comienza a ser un sitio receptor de trabajadores y pasajeros.

En 1918, el sr. Eduardo Alisedo, en representación de su esposa Mercedes Benavídez de Alisedo, viuda de Cipriano Arturo Alvarado de quien había heredado las tierras, decide donar parte de las mismas para la construcción de obras y espacios públicos. Sin embargo, recién en el año 1926:

El poder ejecutivo expidió la siguiente resolución: vistas las gestiones iniciadas por Eduardo Alisedo en representación de su esposa Mercedes Benavídez, a fin de obtener la aprobación de la traza del pueblo Fighiera Departamento Rosario, sin acogerse a los beneficios de la Ley de Tierras de 1887, y ofreciendo al mismo tiempo donar al fisco los terrenos destinados para calles, escuelas, plaza, iglesia, comisaría. Atento a lo informado por la Dirección de Obras Públicas y Geodesia en su informe N°424, libro 578, se resuelve: aprobar oficialmente el trazado del *Pueblo Fighiera* (Comuna de Fighiera, Oficina de Empleo, 2017¹).

¹ Comuna de Fighiera, Oficina de Empleo. (2017). Documento Base, *Propuesta Territorial de Promoción del Empleo*.

La información brindada por la Secretaría de Cultura de Fighiera señala que:

- 1.- Fighiera se originó en 1909, desconociéndose la existencia de un acto formal de fundación;
- 2.- Se puede considerar a la señora Mercedes Benavídez de Alisedo, propietaria de las tierras donde se levantó el pueblo y donante de los terrenos públicos que exigía la legislación vigente;
- 3.- La traza del pueblo, finalmente, fue aprobada por resolución gubernamental el 30 de abril de 1926.

4.2 DESCRIPCIÓN GEOGRÁFICA DE FIGHIERA

La localidad que se encuentra a 35 km al sur de la Ciudad de Rosario y 36 km al norte de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, Buenos Aires. Cuenta con dos ingresos viales, la Ruta Provincial N°21 que atraviesa el pueblo en paralelo a las vías del ferrocarril y el acceso pavimentado directo a la Ruta Nacional N°9, Autopista Rosario - Buenos Aires, obra inaugurada en 2017. A su vez, Fighiera se conecta por vía ferroviaria con el ramal Mitre que une Buenos Aires con Rosario. Aunque actualmente la estación no se encuentra en funcionamiento, si es frecuente el paso de diferentes formaciones tanto de carga como de pasajeros que se dirigen con destino a Buenos Aires, Rosario e incluso Tucumán.

4.2.1 LÍMITES GEOGRÁFICOS

El distrito Fighiera ocupa un área de 12.013 hectáreas siendo la segunda más importante - dado su tamaño- del departamento de Rosario. Limita con las siguientes localidades: al sureste con Villa Constitución, al sur con el Arroyo Pavón, límite natural con la localidad de Pavón, al noroeste con Albarelos, al norte con la ciudad de Arroyo Seco y al noreste con el río Paraná. En el punto oeste, el antiguo paraje “La Lata” constituye el límite con la localidad de Coronel Bogado (Ver Anexo N°1, Mapas N°1 y N°2).

4.2.2 RELIEVE, CLIMA, FLORA Y FAUNA

La localidad y su distrito ocupan un área de planicie con ligeras ondulaciones, surcadas por el arroyo Pavón y varios canales de desagüe que vuelcan sus aguas en el río Paraná y dicho arroyo. Su suelo pertenece a un área de modelamiento pluvial y su clima pampeano es benigno, templado y húmedo (Graizzaro, 1982).

La zona presenta una vegetación variada y sencilla, los árboles de sauces, paraísos, ceibos y espinillos se ubican en el pueblo y a orillas del río. Los campos sembrados con diversos cereales -trigo, maíz, soja, ciertas legumbres como arvejas y lentejas- son frecuentes en la zona. En las aguas del Paraná se encuentran varias especies de peces: mojarras, armados, tarucas, surubíes, amarillos, bogas, dorados, sábalos, patíes, bagres, entre otras. En las aguas del Arroyo Pavón, además de encontrar algunas de las especies mencionadas, es muy frecuente encontrar tortugas acuáticas y cuevas en las que habitan nutrias. Las aves predominantes son los teros, perdices, palomas, mixtos, jilgueros, corbatitas, cabecitas negras, bandurrias, horneros, tijeretas, caranchos, carpinteros, gorriones, patos, entre otras. Otras especies de animales terrestres pueblan la zona, sobre todo los caminos de tierra: liebres, comadrejas, iguanas y algunos zorros.

4.3 ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

La localidad cuenta con atractivos naturales dada su estratégica ubicación geográfica: el río Paraná con sus islas² y el Arroyo Pavón. En la margen del arroyo existen dos campings conocidos. Todos estos sitios, caracterizados por su belleza natural y por el interés que generan en las personas, constituyen posibilidades concretas para el desarrollo del turismo (Ver Anexo N°1, Mapa N°3).

² Actualmente no existe un acceso público a las islas.

4.3.1 RÍO PARANÁ

La palabra *Paraná* proviene del guaraní y significa *río que se parece al mar*. El río Paraná es conocido e identificado por ser uno de los más largos del mundo, es de tipo aluvial ya que transporta sedimentos en su caudal, tanto por arrastre como suspendidos en el agua, lo que genera una transformación constante de su morfología. En sus aguas se encuentran diferentes especies de peces: mojarras, armados, tarucas, surubíes, amarillos, bogas, dorados, sábalos, patíes, bagres, rayas, entre otras. También culebras y serpientes.

4.3.1.1 ISLAS DEL PARANÁ

Fighiera es el único pueblo de la provincia de Santa Fe que posee jurisdicción en las islas ubicadas a unos 600 metros aproximadamente de la costa³, antes del canal del río. Esto se vincula a que, solo en esta pequeña zona, el canal utilizado para la navegación de barcos de mayor porte pasa por detrás de las islas, quedando las mismas del lado de la Provincia de Santa Fe. Las islas tienen una dimensión de 115 hectáreas en total y están habitadas por diferentes especies de animales salvajes autóctonos: carpinchos, yacaré, víboras, serpientes, insectos de diferentes clases, entre otros. Algunos espacios del terreno son utilizados para la cría de ganado vacuno.

En diferentes puntos de la costa de Fighiera existen bajadas al río, aunque no hay obras desarrolladas que permitan aprovechar turísticamente las islas. A mediados del corriente año, tras la pavimentación realizada por el Gobierno de la Provincia de Santa Fe, se inauguró un camino hacia una de las bajadas del río donde se planifica realizar un paseo ribereño (según funcionarios de la Comuna).

Muchos residentes de la localidad y sus alrededores construyeron en las islas sus ranchos particulares a los cuales llegan con sus propias embarcaciones y allí se realizan diversas actividades de pesca y navegación en la zona y actividades deportivas como *kitesurf*.

³ Dependiendo de donde se mida y tome de referencia, debido a la pequeña curva que presenta el terreno.

4.3.1.2 CLUB DE PESCADORES “LOS AMIGOS DEL RÍO”

El club se encuentra a orillas del río Paraná, a dos kilómetros de la zona urbana del pueblo. En 1996, un grupo de personas apasionadas por la pesca, con ayuda de las máquinas de la Comuna, comenzaron a desarrollar obras para la construcción y el desarrollo del club. Emilio Souza, uno de los fundadores del club y su actual tesorero, relata que:

“En una primera propuesta la idea era usar otra bajada al río, la *Bajada de la Cerámica*, para el desarrollo del club, porque el terreno se encontraba en mejores condiciones, pero allí había un asentamiento de gente y el camino para llegar era de tierra, es decir que en días de lluvia era imposible el acceso. Por eso decidimos usar esta bajada, que en ese momento se llamaba *Bajada Zeneca*, porque el camino ya estaba pavimentado y no había habitantes en la zona y si bien era un desafío porque era una zona de bañados, muy baja y se precisaban mejoras y obras para levantar todo el terreno porque cualquier crecida podía llevarnos todo, en ese momento con el gobierno de Primo López, contábamos con el apoyo de la Comuna para rellenar todo el espacio con escombros y tierra que se extraía de obras en el pueblo. Nos llevó algunos años, donde hicimos cenas, peñas, rifas y demás para poder construir los baños y todas las mejoras de servicios que nos dejaron poner en pie el club. En el 2009, logramos gestionar la personería jurídica y actualmente conformamos una comisión de presidente, vicepresidente, secretario, prosecretario, tesorero, protesorero y vocales” (Souza, 2023).

La información obtenida a través de la entrevista, indica que el club tiene una superficie de 5 hectáreas, a una altura de 5 metros sobre el nivel del bañado, con 350 metros de frente exclusivo para la pesca y 150 metros de playa con relleno de arena con sombrillas y un bar.

Las instalaciones incluyen una zona con mesas, bancos y parrilleros; un área para carpas y casas rodantes; cantina con proveeduría y quinchos abiertos y cerrados; guardería náutica y bajada para distintos tipos de embarcaciones; zona de juegos para infancias; sanitarios con duchas y agua caliente; área de estacionamiento. Es un espacio protegido con seguridad, para brindar tranquilidad. Incluye una casa de alquiler temporario, equipada para 6 personas y una casa rodante para 4.

El club tiene alrededor de 350 socios y en la temporada estival recibe unas 1500 personas en los días de descanso.

“En cuanto al turismo podemos decir que lo que se generó por el club y lo que genera en la actualidad es algo increíble. Recibir turistas de tantos lugares cercanos a nuestra zona y de otras provincias como es el caso de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Santiago del Estero, Corrientes. También hemos tenido gente de Mendoza, de Jujuy y Salta, gente que conoció el lugar por las redes sociales y al estar tan cerca de Rosario y de San Nicolás (...) nos eligen para acampar y pasar su estadía en contacto con la naturaleza. A partir del club también se genera movimiento en el pueblo, es un recurso turístico local que genera trabajo y desarrollo económico a los comercios del pueblo. (...) supermercados y almacenes que brindan servicio de proveeduría, las carnicerías y verdulerías, las panaderías, también esos comercios relacionados a la pesca, las estaciones de servicio. Además, con todo el auge que han tenido los deportes relacionados al río o la pesca misma ha generado trabajos como los guías de pesca que trabajan durante el año con turistas y visitantes que llegan al club” (Souza, 2023).

El entrevistado enfatiza que el club es un área interesante y que contribuye a desarrollar el potencial turístico del pueblo, debido a su ubicación ribereña y a la calidad de sus instalaciones y servicios.

4.3.2 ARROYO PAVÓN (Terrenos de la margen derecha pertenecientes a Fighiera)

La información obtenida de un artículo elaborado por la Comisión de Filmaciones del Gobierno de Santa Fe en 2021, señala que:

El arroyo Pavón nace al sur de la localidad de Alcorta y recibe las afluencias de varias cañadas que le aportan su caudal: por la margen derecha recibe al arroyo Rueda, y por la izquierda los arroyos Sauce, La Invernada y Cabral. Tras recorrer unos 90 km desemboca en el río Paraná, en las cercanías de Villa Constitución; a lo largo de la

mayor parte de su recorrido forma el límite entre los departamentos de Rosario y Constitución (Comisión de Filmaciones, 2021).

Este arroyo es el límite natural entre las localidades de Fighiera y Pavón, posee una cascada con una caída de ocho metros, y sus aguas circulan encajonadas entre paredones de más de 20 metros de altura, en el recorrido hacia su desembocadura en el río Paraná. Allí se realizan actividades como remo con *kayak* y pesca de diferentes especies de peces.

Ángel Camorali -residente local, ex empleado de la Comuna a lo largo de muchos años- brindó información relevante sobre la historia de esa zona. El entrevistado manifiesta que, a partir de 1960, un grupo de residentes locales decide trabajar para expropiar terrenos destinados a la creación de un balneario. Recién en los '70 se logra desarrollar la explotación de la zona que hoy corresponde al Eco-camping Municipal 8 de Noviembre y se configura un espacio verde para descanso y ocio, debido a la necesidad de reunir fondos.

Camorali reconoce que el turismo no es un área relevante en la localidad y, en consecuencia, no se planifican políticas para promoverlo. En 2001, el espacio se traslada a la zona de la cascada y comienza el desarrollo de obras de mejoramiento e infraestructura destinadas al asentamiento del camping balneario. En 2013, el área se divide, quedando en la zona de la el Camping Balneario “San Cayetano” (administrado y gestionado por la Comuna de Fighiera) y, en la antigua locación se configura el Eco-camping Municipal 8 de Noviembre.

3.3.2.1 ECO-CAMPING MUNICIPAL 8 DE NOVIEMBRE

La historia de los terrenos comienza en los '70, como se menciona en líneas anteriores. En ese momento, solo hay una cantina administrada por privados en forma eventual.

El predio del Eco-camping Municipal 8 de Noviembre posee unas 10 hectáreas, cedidas en consignación a través de una ordenanza provincial al Sindicato Independiente de Empleados Municipales (SIEM), y actualmente cuenta con diversos servicios y comodidades para brindar a turistas y visitantes.

El espacio existe en 4 hectáreas parquizadas e iluminadas y cuenta con los siguientes servicios: mesas y parrilleros, sanitarios y vestuarios, cantina, gimnasio a cielo abierto, plazoleta y juegos para infancias, estacionamiento dentro del predio, zona de acampe con una capacidad para 200 carpas, canchas de fútbol, vóley, bochas, agua potable, vigilancia y seguridad las 24 horas. Hay propuestas de paseos y cabalgatas, avistaje de aves, flora y fauna autóctona y, entre abril y octubre, se realizan eventos especiales de destreza criolla.

La comunicación y la difusión del espacio se realiza a través de una página web que cuenta con información, imágenes de servicios e instalaciones, mapa interactivo vinculado a *Google Maps*, lo que facilita la ubicación del camping. Asimismo, se indican los datos de contacto.

3.3.2.2 CAMPING BALNEARIO “SAN CAYETANO”

En 2001, el antiguo espacio conocido como camping balneario se traslada a la zona de la cascada, la más llamativa y pintoresca⁴ de la costa. Ese año comienza el desarrollo de un espacio de unas 11 hectáreas aproximadamente, con la apertura de caminos para el paso de vehículos, la limpieza de la zona y el mejoramiento del parquizado.

En la entrevista, Camorali señala que el nombre del Camping “San Cayetano” fue su decisión y que el camping apunta a un turismo de sol y playa y a uno de tipo didáctico, destinado a infancias y juventudes. La planificación del espacio se piensa en un tiempo posterior y contempla el desarrollo de obras para diversos servicios. El entrevistado, junto con un equipo de trabajo, es el responsable del diseño y la implementación de las obras para el mejor aprovechamiento del espacio. Los primeros servicios se desarrollan a partir de 2001, con la instalación de baños, bancos y parrillas y se realiza un mejoramiento del paisaje. Se plantan árboles con floración: seibos (árbol de la flor nacional), jacarandás, ombúes, álamos, lapachos rosas y amarillos, tilos, palos borrachos, liquidámbar, ñandubay, cedros, pinos piramidales, alcanfor, entre otros. La flora se distribuye estratégicamente en el camping para permitir la observación y la identificación de las especies. Se protege también la fauna avícola

⁴ (Ver Anexo N°2, Anexo fotográfico N°1).

autóctona. La construcción de un laberinto de arbustos y la instalación de juegos se vincula con el desarrollo del sentido didáctico.

Las visitas grupales al camping se dan con frecuencia y llegan estudiantes de escuelas y grupos *boy scout*. Se realizan también encuentros diversos de mochileros y motoqueros, eventos regionales musicales y recreativos, exposiciones de autos antiguos, entre otros. Incluso, según Camorali, en invierno había turistas extranjeros. “(...) éramos visitados por un grupo de rusos, muy asiduos a venir, casi siempre a acampar o también en *motor home*, venían a pescar” comentó Camorali (2023).

Las aguas del Arroyo Pavón forman parte del Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas, en el marco de la Ley N°12.175 (DECRETO N°2143, 2015) y, en consecuencia, el Camping, situado en los terrenos lindantes al arroyo, es considerado como sitio de importancia para su cuidado y protección desde 2015. La falta de gestión política en relación al turismo local se refleja en el desinterés por proteger y desarrollar los espacios. Debido a eso, muchas de las especies de árboles y las atracciones como el laberinto se pierden e incluso con la caza indiscriminada de aves desaparecen algunas de las especies que habitaban el espacio. En la actualidad, el camping es concurrido por visitantes de la zona y de otras provincias, pero esta falta de gestión continúa siendo un problema ya que predio no mantiene su esencia original.

Es importante mencionar que la construcción de la cantina y los baños se realizan a principios de 2001. Un residente de la localidad establece un convenio con la Comuna, en el que se compromete a realizar las obras y se encarga de la concesión de la cantina por un periodo de tiempo determinado. Actualmente, es administrada por otro particular a través de un convenio de trabajo con la Comuna y los baños tienen carácter público.

En el terreno del Camping San Cayetano existe un complejo llamado “Cabañas Salto del Pavón”, conformado por un espacio de 6 hectáreas parqueadas, otorgadas en consignación a un privado que se ocupa de la construcción y el desarrollo del predio a través de un convenio con la Comuna por un tiempo determinado. En su página web se muestran imágenes del lugar, se brinda información de contacto para sus reservas y se publicita que el complejo cuenta con diferentes servicios: 5 cabañas para alquiler, salón de eventos, despensa, pileta,

juegos extremos para jóvenes e infancias como tirolesa y demás. Propone también la posibilidad de realizar diferentes actividades, entre ellas la pesca deportiva.

4.3.3 ANTECEDENTES DE ATRACTIVOS

Los atractivos mencionados componen núcleo turístico local. Sin embargo, es pertinente mencionar que el pueblo tiene un casco histórico que incluye la vieja estación de tren, que puede ser atractivo para el turismo. Además, hay personalidades y artistas locales dedicados a distintas disciplinas como la música y composición, el baile, escritura poética, entre otras.

En 2003 comienza el proyecto “Expo Ferial Cultural Fighiera” a partir de una iniciativa del Área de Cultura local. La feria se piensa como espacio cultural de encuentro para los habitantes del pueblo y, al mismo tiempo, es un espacio que propicia el trabajo a los artesanos y emprendedores locales. La feria inicialmente incluye a 50 expositores y recibe a más de 10.000 personas. La exitosa actividad se realiza en años sucesivos en diferentes locaciones para posibilitar mayor afluencia de público y dando lugar a la participación creciente de expositores, tanto locales como procedentes de otras zonas. Además, diversos espectáculos musicales son presentados por artistas y bandas en las distintas exposiciones: Jorge Rojas, Oscar Esperanza *Chaqueño* Palavecino, Los Palmeras, Vilma Palma, Ráfaga, Kaniche, Banda 21. La propuesta apunta a una variedad de espectáculos musicales dirigidos a atraer un público amplio y diverso, en base a las ideas de constituirse como espacio de encuentro para familias y amigos y a la promoción de artistas locales y zonales. El espacio incluye el escenario, un patio de comidas y carpas para artesanos y se realiza hasta 2016⁵.

La ruta, en lo que hoy es la Ruta Provincial N°21, marcada por la existencia de antiguos puestos gastronómicos es otro de los atractivos, tanto en sentido patrimonial como sentimental. A partir de la pavimentación de esta ruta, en la década del '30, el flujo de viajeros es constante.

⁵Comuna de Fighiera, Oficina de Empleo (2017). Documento Base, *Propuesta Territorial de Promoción del Empleo*.

Juan Carlos Caiola, reconocida personalidad del pueblo⁶ por ser uno de los comerciantes con más trayectoria, dueño y fundador de la primera imprenta local y además artista local, relata que: “Los puestos nacen en los años 60 aproximadamente, el primero en donde está el actual frigorífico Doroni. Era un galpón antiguo, que se abría a dos hojas. Una decía *Tic* y la otra *Tac*”⁷. En un momento, comienza la faena de cerdos y la elaboración y exposición de salsas para atraer viajeros. Crece este negocio y se multiplican los puestos para convertirse en fábricas, años después (Caiola, 2023).

4.4 DESCRIPCIÓN SOCIOECONÓMICA DE FIGHIERA

El informe del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos indica que la localidad cuenta con 5.028 habitantes, con un 80% concentrado en la zona urbana. Un 50,48% son mujeres, el 9% de la población, se encuentran bajo el nivel de indigencia. Además, en 2010, se registra un 46,26% de ocupados. En 2017, un dato estimado por el Gobierno de la Provincia de Santa Fe indica que la localidad alcanza los 7.500 habitantes⁸.

La observación de las instituciones ubicadas en la localidad es importante para describir la sociedad local, en tanto representan la diversidad de intereses de la población. La localidad cuenta con 3 clubes y 2 cooperativas, 7 instituciones religiosas de cultos, 9 centros y asociados, entre otras (Ver Anexo N°3: Lista de Instituciones Locales).

El desarrollo económico local es variado. Se trata de una localidad con el 80% de superficie cultivable, con una gran parte dedicada a la explotación agrícola, sembradas con soja, maíz, lentejas y arvejas, verduras y frutas, ganadería (pollos y cerdos). Existen cuatro plantas de acopio de cereales y diferentes fábricas, entre ellas, industrias de llantas, de fertilizantes, de

⁶ Uno de los comerciantes con más trayectoria, dueño y fundador de la primera imprenta local, además de artista.

⁷ (Ver Anexo N°2, Anexo fotográfico N°2)

⁸ Comuna de Fighiera, Oficina de Empleo (2017). *Documento Base, Propuesta Territorial de Promoción del Empleo*.

embutidos y de salsas⁹, todas ellas constituyen una gran fuente de empleos a los residentes del pueblo.

Fighiera posee alrededor de 250 negocios inscriptos en el Derecho de Registro e Inspección, relacionados a diversos rubros: venta de artículos comestibles, bares y restaurantes. Entre ellos, se destaca el Parador “Fighiera”, ubicado sobre la autopista Rosario-Buenos Aires y conocido por sus pastas caseras. También hay farmacias, salones de eventos, agencias de turismo y pasajeros, comercios de artículos para pesca y regionales, entre otros¹⁰.

La actividad pesquera es el sustento económico de muchos habitantes. Muchas de las familias dedicadas a ella habitan el *Barrio La Costa*, ubicado sobre la margen del río, alejado del casco urbano. Originalmente la pesca y su comercialización se caracterizan por ser realizadas por particulares. Luego con el paso del tiempo, se crean plantas de acopio de pescado que tienen trabajadores propios y compran la mercadería de los particulares para industrializarla.

4.5 DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN COMUNAL

En 1922 se crea una Comisión de Fomento que pretende la constitución como pueblo de la localidad. La denominación de *Comuna de Fighiera* aparece recién en 1962.

El edificio comunal está ubicado en la calle Andrade N°625, frente a la plaza pública. Es una repartición estatal, con función social es ejecutiva y lleva adelante acciones para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y el desarrollo local brindando los siguientes servicios: trámites en oficinas administrativas, recolección de residuos, resto de poda, materiales de construcción, barrido público y plan de obras (cordones cuneta, pavimentación, iluminación, mantenimiento de caminos rurales y mantenimiento del pueblo en general).

⁹ Fábrica de Llantas “Ruedas E.B” S.R.L., Fábrica de Llanta “Alpha Fighiera” S.R.L., ARANAMI Fábrica de Fertilizantes y Agroquímicos, Frigorífico Doroni S.R.L., Frigorífico Vanesa S.A., Frigorífico Fighiera S.R.L., Fábrica de salsa “Industria Scozzatti” S.R.L., Fábrica de salsa “Lo Mejor de Fighiera” Orselli hnos.

¹⁰ Comuna de Fighiera, Oficina de Liquidaciones (2021). (Información obtenida en la práctica profesional).

La Comuna de Fighiera está compuesta por un presidente, una vicepresidenta, una secretaria, un tesorero y varias dependencias. El organigrama no es estricto. Todos los trabajadores y las áreas articulan su trabajo y conocimiento para la realización de diversas actividades y la resolución de distintos problemas, independientemente de las reparticiones de pertenencia.

La Comuna cuenta con las siguientes oficinas y áreas: Cobranzas y Santa Fe Servicios, Contaduría y Personal, Liquidación-Patentes, API, DREI y TGI, Catastro y Obras Particulares, Tránsito-Juzgado de Faltas y Playa de camiones, Bromatología, Discapacidad, Área Social, Centro de Salud *Eva Perón*, Centro de Salud *Costa del Paraná*, Oficina de Empleo, Área de Deporte y Área de Cultura. El área de Cultura se ocupa de las cuestiones vinculadas al turismo¹¹.

¹¹ Comuna de Fighiera, Oficina de Empleo (2017). Documento Base, *Propuesta Territorial de Promoción del Empleo*.

5 SEGUNDO CAPÍTULO: DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN

5.1 DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DEL PROBLEMA

El problema que se describe a continuación resulta análisis del proceso de práctica pre profesional, espacio curricular del ciclo superior de la carrera de Licenciatura en Turismo Orientación Planificación Turística de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. La misma se desarrolla en la Comuna de Fighiera, entre mayo y septiembre de 2021, con la orientación de Rodolfo Stangoni, actual presidente comunal en funciones - desde el año 2013. El objetivo de la práctica es aplicar los conocimientos conceptuales y metodológicos adquiridos a lo largo de la formación académica de la Licenciatura en Turismo, para analizar y diagnosticar diferentes problemáticas. El desarrollo de la práctica resulta en una serie de propuestas de trabajo para mejorar el desarrollo turístico local y su planificación. La identificación de los atractivos turísticos -naturales, patrimoniales y culturales- es importante para desarrollar su puesta en valor, así como la promoción de su explotación.

El proceso de la práctica permite observar un conjunto de cuestiones problemáticas vinculadas con la falta de planificación y gestión del desarrollo turístico de la localidad, lo que indica que no es un tema de agenda estatal. La ausencia de información relevante y la falta de presupuesto destinado a tal fin resultan las manifestaciones más significativas en este sentido. La conjugación de estas cuestiones se constituye en un obstaculizador, sino en un impedimento claro para el desarrollo y el crecimiento del área.

La falta de atención y análisis sobre el fenómeno turístico y sobre las dimensiones que lo constituyen impiden el reconocimiento y el aprovechamiento de los espacios y atractivos existentes. En definitiva, la escasez de recursos económicos asignados junto con la falta de diseño y gestión de políticas comprometen el desarrollo del área y se traduce en la nula visibilidad de la localidad como potencial destino a turistas y visitantes.

5.2 MAPEO DE ACTORES QUE INTERVIENEN EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

Los actores sociales y económicos locales vinculados al turismo son variados y diversos. La Institución Comunal y el Gobierno Provincial son los más relevantes entre los actores públicos. El Gobierno Provincial es el actor político con la potestad de aprobar y facilitar el presupuesto para el desarrollo de infraestructura y proyectos turísticos en el pueblo. La Comuna de Fighiera es la entidad gubernamental local y, por tanto, la responsable de la creación de proyectos turísticos y planificación del área y de la promoción articulación continua con otros actores para diseñar e implementar programas de desarrollo.

El Sindicato Independiente de Empleados Municipales (SIEM), como se señala anteriormente, se ocupa de la explotación, el desarrollo y el mantenimiento del Eco-camping 8 de Noviembre.

Finalmente, los actores privados relevantes están relacionados con el Camping San Cayetano -la cantina y las Cabañas Salto del Pavón-, el Club de Pescadores, los Cabañeros Particulares¹² y los Guías de Pesca¹³ (Ver Anexo N°4 Caracterización de Actores Privados).

5.3 EVALUACIÓN Y CONCLUSIÓN DEL DIAGNÓSTICO

La comunidad de Fighiera no es un destino regional con desarrollo turístico. Esto se debe a la falta de decisión política en virtud de no ser una cuestión de agenda en la actualidad.

Esta situación evidencia la falta de articulación entre actores públicos y privados, la escasez de diálogo entre los sectores y la ausencia de planificación, lo que resulta en un conjunto de dificultades y tensiones que complejizan la cuestión. Esto se profundiza ante el vacío de información y su falta de sistematización, así como la escasez de documentos sobre la historia y el patrimonio local, sus atractivos y recursos turísticos.

El desarrollo del área debe ser considerado un tema relevante a los fines de modificar la

^{12y13} No hay norma ni entidad para la regulación y el control del servicio.

situación y generar posibilidades de desarrollo y aprovechamiento turístico. La planificación estatal y la promoción del diálogo con los diversos actores son fundamentales y requieren como base el relevamiento, la organización y sistematización de datos para contribuir en ese sentido.

El primer capítulo de este trabajo pretende constituirse en un aporte inicial en ese sentido. Allí se observa que a lo largo de un período de tiempo importante se realiza un trabajo orientado al desarrollo turístico promoviendo la llegada de visitantes a través de diversas acciones. El turismo se entiende en ese marco como un área relevante cuya explotación constituye una fuente de promoción al desarrollo económico. En este sentido, Camorali afirma que:

(...) en su momento sabíamos que quizás el turismo era un fenómeno muchísimo más grande, algo masivo, pero debíamos trasladarlo a lo que nosotros teníamos para ofrecer. Por eso, en ese momento, entendimos al turismo como una actividad que venían a hacer los no residentes del pueblo en sus tiempos de descanso. Un intercambio, donde nosotros ofrecíamos un servicio y una vista natural a cambio de un determinado precio, pero además esa actividad dejaba un beneficio en el pueblo, a los comercios más que nada. Ese era el concepto que teníamos de turismo, los desplazamientos de no residentes que suponían un gasto, por ende, un ingreso al pueblo (Camorali, 2023).

El entrevistado enfatiza en la importancia de la manera en que se conciben los turistas:

(...) no solo se trataba de definir al turismo como actividad, sino también a los turistas, a quiénes estábamos dirigiéndonos, por qué y qué papel iban a jugar esas personas. Si bien en las definiciones el turista debe ser una persona que permanece en el lugar al menos una noche, nosotros sabíamos que quizás era un poco difícil, al menos al principio, por eso entendimos a los turistas como aquellos visitantes que llegaban a nuestro pueblo donde se generaba esto que definíamos anteriormente como turismo y todo eso suponía un gasto para esos visitantes y un ingreso para nosotros, nuevamente este intercambio de oferta-demanda, de proponer servicios que esos turistas y visitantes podían consumir aunque no permanecieran la noche entera aquí (Camorali, 2023).

Las enunciaciones señaladas por el entrevistado permiten identificar dimensiones analíticas acerca de la concepción del pueblo en relación con el turismo, sus recursos y los tipos de visitantes y turistas a los que aspira alcanzar, así como las propuestas que ofrece y el perfil de público que atraen. Ambas consideraciones se contemplan en la perspectiva conceptual y analítica de este trabajo, así como la elaboración de las propuestas para el desarrollo turístico de la localidad.

6 TERCER CAPÍTULO: ESTADO DEL ARTE Y NOCIONES CONCEPTUALES

Los conceptos desarrollados a continuación buscan estructurar el análisis y fundamentar el proceso, orientados a comprender la problemática y dar lugar a la propuesta.

En diferentes apartados se definen los conceptos claves: turismo, políticas públicas y políticas turísticas, turistas, visitantes, excursionistas, actividad turística, planificación turística, proyecto turístico, destino turístico, recursos y atractivos turísticos, oferta y demanda turística, marketing, análisis FODA, desarrollo sostenible y capacidad de carga.

6.1 TURISMO

La conceptualización del turismo requiere dar cuenta del reconocimiento y entendimiento de su origen como fenómeno. Según Acerenza (2006) a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, se observa un gran crecimiento de la actividad turística en diferentes partes del mundo. La consolidación se alcanza luego de la Segunda Guerra Mundial, a mediados del siglo pasado. El turismo se transforma en un fenómeno masivo, extendiéndose y despertando el interés de la mayoría de los países del mundo por formar parte de la actividad. Diferentes factores hicieron posible este hecho, tales como: “paz, prosperidad, transportes y disponibilidad de tiempo libre, cambios tecnológicos ocurridos después de la guerra” (Acerenza, 2006: 80).

El turismo es un fenómeno social que surge como consecuencia del desarrollo que ha adquirido la humanidad a lo largo del tiempo y, los factores fundamentales, fueron la evolución del desarrollo de las comunicaciones y el transporte, que hicieron posible el desarrollo de la actividad turística.

En este trabajo se usa la definición propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994): “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”. A su vez, Morillo Moreno (2011) menciona en palabras de Cárdenas (2001) que el turismo, “es el conjunto de

desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos” (Morillo Moreno, 2011: 141).

Carrazana (2017) señala que el turismo es un fenómeno con múltiples dimensiones, desde económicas y medioambientales hasta sociales y culturales. Es posible abordarlo desde diferentes disciplinas, dado que se piensa y analiza incorporando estructuras conceptuales y metodológicas de áreas sociales, económicas y humanas bien diversas: la ecología, economía, geografía, ciencias políticas, psicología, historia, sociología, antropología, la administración, la mercadotecnia, el ocio y la recreación. Es importante señalar que se trata de una actividad cambiante, dado que las necesidades y motivaciones de las personas para realizarlo se modifican constantemente.

El turismo es un fenómeno humano que tiene impactos en diversas áreas de la vida, tanto individual como colectivamente. Siguiendo con los planteos de Carrazana (2017) se debe entender al turismo como un fenómeno humano, que impacta en diversas áreas de la vida, tanto individual como colectivamente. Un ejemplo interesante a destacar es aportado por el mismo autor: “si el turismo genera impactos económicos positivos en determinada región, también dejará huellas positivas y negativas en el ámbito social, lo que requiere de la convergencia tanto de la economía como de la sociología” (219).

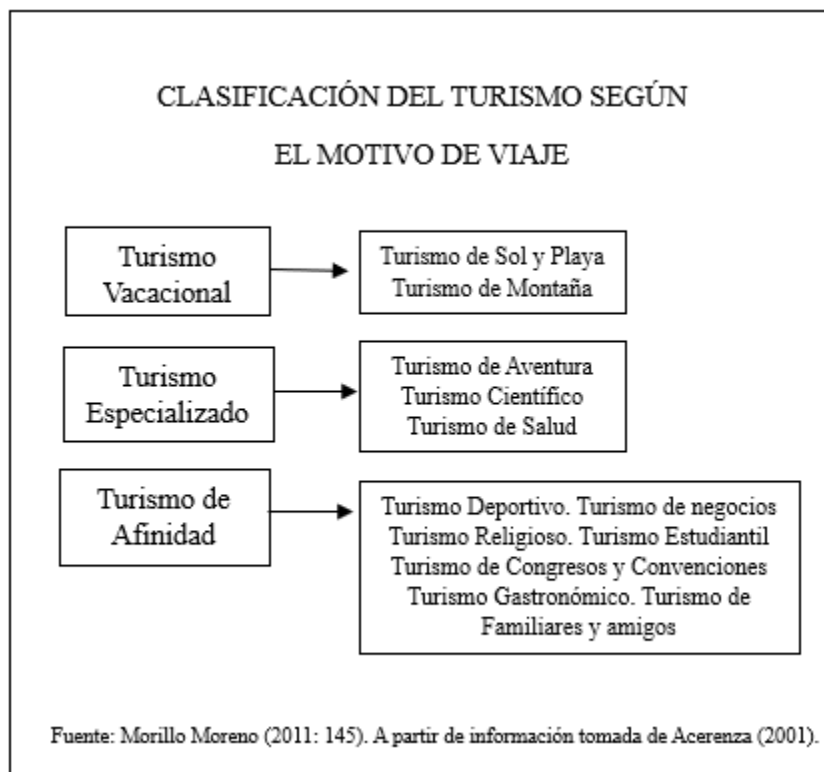
En palabras de Marcano, “El turismo requiere para su estudio de un acercamiento integral e interdisciplinario que tome en cuenta las influencias externas e internas que intervienen en su desarrollo, así como todos los procesos multidinámicos que éste origina” (2020: 616).

Los autores que trabajan cuestiones vinculadas al área en cuestión enuncian distintos criterios para clasificar el turismo, estableciendo posibles categorías que no se consideran de modo excluyente. Según Morillo Moreno (2011) el concepto de turismo propuesto por la OMT permite diferenciar entre: el turismo entre países, el turismo dentro del propio país, así como el turismo según la duración de estadía.

La diversidad de perspectivas acerca del vocablo *turismo* permite derivar diferentes tipologías. En este sentido, es fundamental identificar y enunciar el significado que se le atribuye al término en un estudio específico, al indicar un tipo turismo particular que remite a actividades y entornos particulares.

Morillo Moreno (2011) plantea otra clasificación que distingue entre vacacional, deportivo, gastronómico, de salud, científico, cultural, religioso, estudiantil, de aventura, de negocio y convenciones

Siguiendo con la misma autora, quien cita a Acerenza (2001) señala que las clases de turismo pueden agruparse y clasificarse de una forma ordenada en tres categorías diferentes: turismo vacacional, especializado y de afinidad.



Según Acerenza (2006) existen otros tipos: de masas, turismo alternativo, turismo de naturaleza, turismo rural, ecoturismo, turismo sostenible, entre otros.

En Argentina, el impulso masivo del turismo se da a partir de mediados de 1940 como resultado de una política pública, a partir de la conocida *conquista de las vacaciones* por parte de la clase obrera y trabajadora. En este sentido, retomando a Walling (2017) importa señalar que, en relación a los países europeos, tuvo un desarrollo tardío. Durante las décadas anteriores, pese a las tensiones y conflictos institucionales que ocurren, se genera un acercamiento entre el Estado y los movimientos obreros que permite fortalecer las bases para el diseño y la implementación de la política pública, que garantiza el derecho a las vacaciones

pagas, el acceso al ocio y al tiempo libre. En 1946, el Estado incorpora diversos servicios públicos (electricidad, comunicaciones telefónicas, ferrocarriles) posibilitando destinos turísticos sociales y promoviendo la actividad turística.

En síntesis, en este trabajo se parte de los conceptos desarrollados, en conjunto con la definición expuesta por Camorali (2023), se toma la noción *turismo*, en relación con las actividades que realizan las personas en espacios en los que suelen no residir, durante su tiempo libre y que genera un intercambio económico, cultural y social entre las personas. El Estado es el actor gubernamental encargado de la gestión, planificación y desarrollo del sector.

6.2 POLÍTICAS PÚBLICAS

Subirats (2008) las define como:

Un conjunto encadenado de decisiones y acciones resultado de las interacciones estructurales y repetidas entre diferentes actores públicos y privados, que por diversas razones están implicados en el surgimiento, la formulación y la resolución de un problema políticamente definido como público (Subirats, 2008: 49).

6.2.1 POLÍTICAS TURÍSTICAS

“La sola intervención de las distintas disciplinas en lo que tiene que ver con el turismo ha hecho que se construyan conceptos que hacen referencia a lo turístico, por ejemplo, la geografía turística, psicología turística, política turística, legislación turística” (Carrazana, 2017: 219)

Las políticas turísticas devienen de las políticas públicas y Velasco González (2011) las entiende como:

Conjunto de acciones que impulsan actores públicos -en ocasiones en colaboración con actores no públicos- con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado (Velasco González, 2011: 960).

6.3 TURISTA

La OMT (1996) define a los turistas como:

Toda persona que viaja a un destino distinto del de su residencia habitual y ajeno a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El término abarca a las personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones, para visitar a familiares o amigos, por negocios o motivos profesionales, por tratamiento de salud, por religión o peregrinación, o por otros motivos. A los fines estadísticos designa a aquel visitante que pernocta (Wallingre, 2010: 253).

6.4 VISITANTE

Designa, a los efectos estadísticos, a toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. El concepto se divide en dos categorías: turistas y excursionistas (OMT, 1994:7) (Wallingre, 2010: 260).

6.5 EXCURSIONISTA

“Es aquel visitante temporario que permanece menos de 24 horas (o no efectúa una pernoctación), en el país o ciudad que visita. A los fines estadísticos designa a aquellos visitantes de día que no pernoctan (...) (OMT, 1994:8-10)” (Wallingre, 2010: 102).

En este trabajo, considerando las tres definiciones anteriormente expuestas, *-turista, visitante y excursionista-* y contemplando el aporte conceptual de Camorali (2023) se entiende a aquellos turistas, visitantes o excursionistas de la misma manera: personas no residentes que pasan una estadía, por más breve que sea, dentro del espacio y, tal estadía, supone un consumo de los servicios o recursos turísticos locales.

6.6 ACTIVIDAD TURÍSTICA

Se entiende como todo aquello que tenga relación directa o indirecta con el turismo como, por ejemplo, turistas, excursionistas, visitantes, infraestructura, gastronomía, hospedaje, atractivos naturales, culturales e históricos, entre otros términos.

6.7 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Osorio García (2016) la define como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento que se orienta al desarrollo del fenómeno.

Wallingre (2010) señala que es el:

(...) proceso racional de toma de decisiones que implica una reflexión sobre las condiciones y repercusiones económicas, sociales, culturales, políticas y ecológicas de un territorio; y al mismo tiempo, sienta las bases para las acciones futuras en la esfera del turismo con el propósito de establecer criterios, normas y programas de

desarrollo y las vías y medios para alcanzarlos (Schlüter, R. 1993:36.1) (Wallingre, 2010: 181).

6.7.1 PROYECTO TURÍSTICO

Se trata de aquellas:

Acciones coordinadas por parte del Estado, o de particulares, para modificar y producir un cambio en la actividad turística de un área. Pueden incluir la construcción de obras físicas, así como realizar acciones tangibles (campaña publicitaria, promocional, puesta en valor, creación de carreras terciarias o universitarias de capacitación de personal, etc.). Sus acciones se reflejan en un documento que incluye el conjunto de antecedentes que son necesarios tener en cuenta para adoptar una decisión de inversión. Estos antecedentes incluyen el estudio de factibilidad, de mercado, técnico, financiero, ecológico y otros (Wallingre, 2010: 189).

6.8 DESTINO TURÍSTICO

Según Panosso Netto (2012), se trata de aquel lugar donde los turistas pretenden pasar el tiempo cuando están lejos de su lugar habitual. Puede ser una población, un poblado, una localidad, una ciudad, una región, una isla o un país. También, un conjunto múltiple de destinos, como parte de un tour, o un destino móvil como es en el caso de los cruceros. En su definición incorpora los dichos de Cho (2000) acerca de la existencia de cinco atractivos claves:

- atracciones turísticas, ya sean: naturales, construidas, culturales y sociales;
- comodidades: infraestructura, servicios, transportes, información;
- accesibilidad: refiriéndose a la facilidad para llegar a ese destino;
- imagen del destino, siendo en la actualidad el marketing turístico un factor fundamental;

- precio, ya que a partir de esto se determina el tipo de destino turístico y los perfiles de los turistas que atrae.

6.8.1 RECURSOS TURÍSTIVOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Navarro (2015) resalta la existencia de una familiarización con los conceptos de recursos turísticos y atractivos turísticos y, retomando a Ramírez Blanco (1998), sostiene que se “asimila atractivo turístico con recurso turístico y los define como los elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico” (Navarro, 2015: 336).

El mismo autor, toma a Acerenza (1984) para destacar que los atractivos turísticos son:

(...) el componente más importante del producto turístico, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas (Navarro, 2015: 337).

Sancho (1998) menciona que la OMT, partiendo de las tesis de Zimmermann (1933), establece un concepto de recursos turísticos y los describe como “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (1998: 186).

Navarro (2015) considera que las nociones de recurso y atractivo turístico son interdependientes, “los recursos turísticos originan atractivos turísticos; tanto como los atractivos turísticos se sustentan en recursos turísticos” (2015: 351).

6.9 OFERTA TURÍSTICA

Sancho (1997) la define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (1997: 51).

Morillo Moreno (2011) menciona que “la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento” (2011: 150).

Se entiende a la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios turísticos, disponibles en el mercado para aquellos consumidores o potenciales consumidores turísticos.

6.10 DEMANDA TURÍSTICA

Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. Por ello, son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés (Sancho, 1997: 48).

Sancho, menciona que la definición puede variar según los intereses y retoma a Mathieson y Wall (1982), quienes brindan una definición con connotaciones geográficas, donde se entiende a la demanda turística como “el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (Sancho, 1997: 61).

Boullón (2006) sostiene que existen diferentes tipos de demanda turística:

La Demanda Histórica es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.

La Demanda Futura es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado a partir del presente.

La Demanda Potencial es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (un centro o un conjunto de centros turísticos), y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura (la que se origina en las plazas de mercado emisor tradicionales) como consecuencia del mejoramiento de los servicios y del aumento de la capacidad de alojamiento o por el efecto de los sistemas de publicidad que, para corregir una oferta sub aprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas (Boullón, 2006: 34).

6.11 TURISMO ESTUDIANTIL

La Ley N°25.599 lo entiende de dos maneras:

- a) Viajes de estudios: Actividades formativas integradas a la propuesta curricular de las escuelas, que son organizadas y supervisadas por las autoridades y docentes del respectivo establecimiento;
- b) Viajes de egresados: Actividades turísticas realizadas con el objeto de celebrar la finalización de un nivel educativo o carrera, que son organizadas con la participación de los padres o tutores de los alumnos, con propósito de recreación y esparcimiento, ajenos a la propuesta curricular de las escuelas y sin perjuicio del cumplimiento del mínimo de días de clase dispuesto en el calendario escolar de cada jurisdicción educativa (Ley N°25.599, 2002).

6.12 TURISMO ACCESIBLE

La Organización Mundial del Turismo lo define como:

Una forma de turismo que implica procesos de colaboración planificadas estratégicamente entre las partes interesadas que permite a las personas con los requisitos de acceso, incluida la movilidad, visión, audición y capacidades cognitivas, funcionar de manera independiente y con equidad y dignidad a través de la prestación de los productos, servicios y entornos turísticos basados en el Diseño Universal (2014: 19).

6.13 MARKETING

Kotler y Keller (2012) mencionan la definición aportada por la *American Marketing Association* “Marketing es la actividad o grupo de entidades y procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”. Y proponen una definición social del marketing, “es un proceso social por el cual tanto grupos como individuos obtienen lo que necesitan y desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios de valor con otros grupos e individuos” (Kotler y Keller, 2012: 5).

Los autores mencionan que es posible comercializar “10 tipos principales de artículos: bienes, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas” (Kotler y Keller, 2012: 5).

En este sentido, además, es importante mencionar que “en la industria turística, los productos intangibles que incluyen los servicios al cliente y las experiencias son más importantes que los productos tangibles” (Kotler, 2011: 15).

6.14 ANÁLISIS FODA

Según Dyson (2004) es una técnica empleada en la planificación estratégica. Esta herramienta “consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización” (Nikulin y Becker, 2015: 129).

Houben (1999) “las fortalezas y debilidades conforman un entorno interno que puede ser controlado, mientras que los otros factores están en un ambiente externo que no puede ser manipulado” (Nikulin y Becker, 2015: 129).

6.15 DESARROLLO SOSTENIBLE

La Comisión Mundial Sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1998), entiende a éste como “aquel que satisface las necesidades del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Falcón y Márquez, 2015: 1356).

6.16 CAPACIDAD DE CARGA

Para Mathieson y Wall (1982) “es el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento, sin provocar una alteración inaceptable en el entorno natural y un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes” (Falcón y Márquez, 2015:1366).

7 CUARTO CAPÍTULO: PROPUESTAS Y ALTERNATIVAS TURÍSTICAS

7.1 FUNDAMENTO

La gestión del turismo en la localidad requiere el abordaje de tres ejes fundamentales:

- La definición del turismo como cuestión de agenda;
- El fortalecimiento de la articulación entre lo público-privado, para posibilitar el trabajo conjunto en la definición de políticas que contemplen los intereses de los distintos actores;
- El desarrollo del potencial de los recursos.

Se considera que solo una mirada integral de la situación permite imaginar estrategias para abordar una problemática dirigida a construir el sector turístico local. En este sentido, el diseño de una propuesta turística en Fighiera requiere el involucramiento de la Institución Comunal, asumiendo la función estatal que permita definir, regular y articular los elementos necesarios. La elaboración de una política pública integral que contemple la heterogeneidad de los rasgos, atractivos, recursos y actores de la localidad es fundamental para la promoción de la actividad turística. Esto implica la consideración del turismo como tema de agenda y como una actividad económica.

En este proceso, es necesario incorporar el análisis de los factores internos y externos de la localidad, considerando sus puntos fuertes y débiles, para aprovechar las potencialidades y limitar el efecto de las posibles desventajas.

En síntesis, el turismo es -o debería ser- un fenómeno de agenda estatal. La definición de políticas públicas específicas debe tender a una planificación sólida para el desarrollo de la actividad turística. Como se indica anteriormente, en Argentina el desarrollo masivo del turismo surge a partir de la implementación de diferentes políticas dirigidas a mejorar las condiciones de vida y a promover la inclusión de los trabajadores.

En definitiva, la gestión de políticas públicas para el desarrollo de la actividad turística requiere una planificación sólida que permita el aprovechamiento de atractivos y recursos turísticos y el fomento del acceso a las personas.

7.2 REVALORIZACIÓN DE LOS ESPACIOS: MAPA TURÍSTICO, PLAN DE MARKETING, PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, OFERTA TURÍSTICA, MAPA TURÍSTICO

El posicionamiento de Fighiera como destino turístico se proyecta a través de una sugerencia de alternativas turísticas. Las mismas constituyen una serie de ideas de mejoras y acciones con el fin de gestionar una *política pública turística integral* que garantice el desarrollo y la sostenibilidad del área. A continuación, se incluyen y especifican algunas propuestas de trabajo resultantes de la práctica pre profesional que no se hallan implementadas.

La propuesta de *mapa turístico* se piensa en la práctica como un mapa comercial-turístico. Para ello se realiza un relevamiento de los comercios locales y los puntos turísticos, con la idea de fomentar estos lugares a través de las redes sociales. Dado que aún no se implementa, en este apartado se realiza un nuevo análisis exhaustivo de los sitios de relevancia desde el punto de vista del marketing, como insumo de un plan estratégico de fomento para captar potenciales clientes.

Un plan estratégico debe ser diseñado para adaptarse a los cambios, aprovechando las oportunidades del entorno y los usuarios cambiantes. La adaptabilidad a los cambios en la actividad es la clave para lograr un desarrollo sostenido del sector, llegando a los visitantes a partir de nuevas ofertas, nuevos atractivos, nuevos espacios de comunicación y fomento.

La revalorización de los espacios locales se propicia generando información, tanto a partir de la instalación de un espacio físico como punto de información turística, como a través de las redes sociales. En ambos casos, importa la dotación de personal capacitado para brindar información relevante y atender las inquietudes de turistas. Es fundamental, diseñar una guía de actividades interesantes y de lugares destacados, y contemplar el asesoramiento sobre espacios afines al tipo de visita que se pretende realizar, (a modo de ejemplo, si un visitante busca una experiencia de pesca, se puede facilitar el contacto con un guía con embarcación). Una atención personalizada y adecuada construyen el producto turístico. Los productos intangibles, servicios al cliente y propuestas de experiencias, son de suma importancia.

En síntesis, el relevamiento y el análisis de los servicios y la infraestructura (espacios turísticos y atractivos, guías de pesca, ofertas de alojamiento y hospedaje, ofertas gastronómicas, agencias de viaje que funcionen con turismo receptivo, comercios de proveeduría, entre otros) permite la adecuada configuración del mapa.

El mapa -o la guía- para el turismo puede presentarse en diferentes formatos, incluso en distintas plataformas digitales, a través de las redes sociales, orientado a lograr más repercusión, llamando la atención de usuarios de plataformas. Según Kotler y Keller (2012), el marketing ayuda a introducir nuevos productos y logra la aceptación de la comunidad.

A modo de ejemplo, se muestra una propuesta de folletería un tanto más convencional que podría ser utilizada para ofrecerla a los visitantes en el punto de información turística.

VENÍ A CONOCER FIGHIERA!

A TAN SOLO 35 KM DE LA CAPITAL DEPARTAMENTAL, ROSARIO CUNA DE LA BANDERA Y A 36 KM DE SAN NICOLAS DE LOS ARROYOS.

SERVICIOS LOCALES:

- BARES Y RESTAURANTES:
COMEDOR EL DESVÍO TOMASINI 396
PARADOR FIGHIERA R9 260
FÉNIX BAR FIGHIERA MORENO 865
- ESTACIONES DE SERVICIO:
YPF AV. RIVADAVIA 1248
YPF R9 KM 256
DAPSA R9 KM 260
ESTACIÓN DE SERVICIO HC: RP21 KM 268

CONOCE NUESTRO CAMPING BALNEARIO "SAN CAYETANO"

RP 21, KM 263

DISFRUTA DE UN MOMENTO EN FAMILIA Y CON AMIGOS!

ECO CAMPING 8 DE NOVIEMBRE

COMPLEJO TURÍSTICO DE ALOJAMIENTO EN EL CAMPING

CLUB DE PESCADORES LOS AMIGOS DEL RÍO

TELÉFONO: 3402-447286
PARA RESERVAS!

Salto del Pavón
COMPLEJO TURÍSTICO

Fuentes de imágenes: Comuna de Figuera, páginas web y de Instagram del Eco-camping y del Club de Pescadores *Los Amigos del Río*.

7.3 REESTRUCTURACIÓN DEL CAMPING SAN CAYETANO

La *reestructuración del camping “San Cayetano”* es otra de las propuestas de trabajo en la práctica pre profesional que, pese al relevamiento realizado, no se logra poner en marcha, debido a la falta de presupuesto.

El Camping es uno de los atractivos más importantes de Fighiera, debido a su valor paisajístico dado por la cascada natural del Arroyo Pavón. Se trata de un atractivo particular que distingue a la localidad. El diseño de un plan de acción que desarrolle podría potenciar el área y resultar para posicionar Fighiera como destino atractivo.

El relevamiento de campo, realizado en la práctica, refleja que las condiciones del camping no son las más óptimas y que existen ciertas cuestiones a modificar (zona de estacionamiento, zona para carpas y casas rodantes, zona de pesca, sanitarios, tendido eléctrico e iluminación, espacios de mesas, bancos y parrilleros, estaciones de residuos, accesibilidad en el camping, entre otros) para lograr su máximo potencial y explotación.

La falta de organización y de planificación relativa a la distribución y al desarrollo de actividades al aire libre pone en peligro la seguridad de los visitantes dentro del predio. En este sentido, es importante delimitar espacios y asignar personal de seguridad que garantice que todas las actividades se desarrollen en los lugares adecuados. En la práctica, el abordaje y la solución de esta cuestión promueve un mejoramiento del espacio, aumentando la comodidad y la seguridad, y un mejor aprovechamiento del espacio, contemplando el cuidado del terreno, desde una noción asociada al desarrollo sostenible. En este sentido, importan la observación y el análisis de la capacidad de carga del Camping.

Se propone una serie de modificaciones en cuanto a la infraestructura y seguridad:

- Obtener un seguro para cualquier inconveniente que pueda surgir en el predio;
- Crear un plan estratégico de marketing para captar más visitantes a través de una página web y redes sociales del camping, brindando información importante del mismo, ubicación, cómo llegar, servicios;
- Instalar un punto de información dentro del camping, brindar folletería al ingresar al predio con toda la información importante a saber del camping y el pueblo;

- Agregar en determinados puntos del camping cartelera con información. Que los mismos sean accesibles, que estén en braille, que tengan un código Qr que permita a las personas escanearlo para obtener más información y la opción de un audio guía. Además, señalizaciones de seguridad, ubicación de sanitarios, cantina, etcétera;
- Comunicar por radio-parlantes información en determinados horarios.

Además, en la práctica se contempla la instalación de una serie de nuevos atractivos en el Camping:

- Realizar avistaje de aves autóctonas guiada por un profesional que pueda brindar información;
- Identificar especies de árboles a través de cartelera;
- Instalar estaciones de juegos y recreaciones para infancias;
- Crear una huerta orgánica donde los adultos y niños puedan sembrar y estar en contacto con la tierra;
- Construir un escenario o mini anfiteatro para invitar a artistas locales a ofrecer shows culturales en las tardes de verano;
- Construir canchas de vóley y fútbol para adultos y niños;
- Delimitar senderos para realizar *trekking*;
- Elaborar Guías Informativas sobre las especies de peces se encuentran en el arroyo;
- Alquilar kayaks y brindar clases con un instructor y guardavidas profesional.

Para trabajar sobre las cuestiones señaladas se propone crear un plan estratégico de acción integral para el Camping, que contemple la importancia del fomento. Es fundamental lograr el compromiso de la Institución Comunal para mantener la infraestructura y para garantizar el cuidado del visitante. Es importante contemplar la importancia de la accesibilidad en los espacios, desarrollando un plan que incorpore senderos, baños e información accesible. Esto requiere el trabajo conjunto de diferentes reparticiones: medioambiente, planeamiento, arquitectura, discapacidad, cultura, transito. Al mismo tiempo, supone el análisis de los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas).

En la práctica se realiza un análisis FODA, obteniendo la siguiente información:

Entre los factores internos, la fortaleza reside en el atractivo natural único de la zona. Las debilidades se vinculan con la ausencia del fomento del lugar y la debilidad de la infraestructura.

Entre los factores externos, existen oportunidades de realizar numerosos encuentros, que cuentan con diversos antecedentes (exposiciones de autos y motos, fiestas culturales, shows con artistas de distintos lugares del país). Las amenazas se vinculan con las cuestiones climáticas. El Camping, situado en zonas inundables, es un espacio vulnerable a los temporales y presenta zonas de derrumbe en determinados sectores.

Este análisis se amplía y actualiza, lo que permite dar cuenta de la existencia de un complejo de cabañas como fortaleza. Entre las debilidades, se destaca la falta de obra pública y de inversión y las dificultades en la accesibilidad. Entre los factores externos, existe la oportunidad de profundizar el vínculo con el administrador de las cabañas y elaborar una estrategia conjunta para la difusión, promover obras de mejoramiento y desarrollo de la accesibilidad para llegar a todos los posibles visitantes y garantizar la seguridad al interior del Camping.

Las modificaciones y el desarrollo de nuevos atractivos permiten configurar una propuesta dirigida al turismo estudiantil, destinada a las escuelas de la localidad y la zona. Ya sea dentro de un espacio curricular aportando conocimiento de las especies de peces y pájaros de la región y sobre la geografía de la zona. Además, puede erigirse en un espacio para la recreación y el esparcimiento, aprovechando la magnitud del espacio y la belleza única de su paisaje.

La planificación de un desarrollo accesible, que contemple las mejoras necesarias, requiere de la articulación público privada, que puede integrar el trabajo de la Institución Comunal con el Centro de Día *Corazón del Pueblo*.

La institución, inaugurada en mayo de 2023, es la única en la localidad destinada a brindar servicios a personas con discapacidad. Paula Giosa, fundadora y directora, comenta que tiene una función de contención, integración, inclusión y rehabilitación para personas con discapacidad. Está habilitada para recibir 50 personas entre jóvenes adolescentes de 14 años hasta adultos de 60 años. Actualmente posee 12 inscriptos los cuales concurren con

regularidad diaria y realizan diversas actividades con diferentes profesionales en el marco de talleres (taller de cocina, música, plástica, tecnología, lectoescritura, reciclado, actividad física y rehabilitación, entre otros). La institución pretende que cada uno desarrolle al máximo su potencial personal.

Giosa señala que “...la accesibilidad debe ser general, tanto para personas con discapacidad visual, auditiva, motriz e intelectual”. En este sentido, es necesario diseñar e implementar un plan que contemple las directrices de accesibilidad en servicios turísticos. Dichas directrices, según el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, tienen como principal objetivo fomentar una planificación turística contemplando la plena integración de las personas con discapacidad, movilidad y/o comunicación reducida.

El trabajo articulado entre la Comuna y esta institución permite elaborar un diseño que contemple la accesibilidad del Camping, en la infraestructura, señalización, comunicación y capacitación del personal dentro del mismo. Es interesante también, pensar en conjunto el tipo de circuito turístico más adecuado para facilitar el acceso y establecer la manera más agradable de disfrutar la estadía. Por ejemplo, dentro del circuito podrían definirse una serie de actividades diferentes que se adapten a los gustos o preferencias de las personas, brindar folletería con información de una manera accesible, en braille o con posibilidad de *Código Qr* que al escanearlo dirija a una página con posibilidad de audioguía.

7.4 EVENTOS Y FESTIVALES

Los eventos y festivales son encuentros culturales que ciertamente se configuran como un modo de atraer visitantes, ya sea de localidades vecinas como de la región en general. Esta propuesta parte de la idea de revalorizar espacios y eventos que han sido de gran valor para la localidad como es el caso las Expo Ferial y Cultural Fighiera o eventos como el Pre-Cosquín y la Fiesta Provincial de los Balnearios llevadas a cabo en el Camping San Cayetano.

A su vez podrían organizarse y difundirse de la misma manera eventos como:

- Festividad de la Patrona del Pueblo, día de la Virgen de Luján;

- Festividad por día de San Cayetano en camping;
- Fiesta del día del Pescador, en bajada al río con muestra de cocineros y premios, trabajar en conjunto con el Club de Pescadores *Los Amigos del Río*;
- Fiesta por 25 de mayo, con desfile criollo de la agrupación gaucha local, comidas típicas, música folclórica con artistas locales y bailes;
- Fiesta por el día de la Música, invitar a artistas locales y de la zona a realizar una muestra;
- Encuentros de autos, motos y kartings, invitar a corredores locales y de la zona;
- Jornadas recreativas, muestra de los talleres con artistas locales;
- Torneos de deportes entre los clubes locales, ser sede de eventos de los clubes;
- Fiesta de los Embutidos y Salsas Caseras, invitar a los frigoríficos y fábricas de salsas a ser los anfitriones de esta festividad.

Algunas de estas propuestas como es el caso del día de la Virgen de Luján o la festividad por el 25 de mayo son eventos que se realizan regularmente todos los años, lo que se propone en este apartado es configurarlos de manera que concurran más visitantes y allí mismo con el aporte de un plan turístico brindar información e invitar a los visitantes a conocer los atractivos naturales, históricos y culturales de la localidad.

8 QUINTO CAPÍTULO: CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El análisis de la información obtenida a lo largo del trabajo permite identificar un conjunto de problemáticas que caracterizan la situación actual de la cuestión turística en la localidad. Los antecedentes locales y las condiciones geográficas configuran una gama de recursos naturales, paisajísticos, patrimoniales, históricos y culturales que constituyen atractivos turísticos con una potencialidad interesante. El conjunto de rasgos específicos y particulares resultan sobresalientes en la zona. La localidad tiene características que la pueden convertir en un destino turístico regional si se diseña e implementa un plan de acción destinado a aprovechar los recursos.

El reconocimiento de la cuestión turística como tema de agenda es indispensable para permitir la elaboración de una política integral orientada al desarrollo turístico local. Los antecedentes y las iniciativas descritas pueden ser consideradas como insumos para su diseño. Es necesario, además, contemplar la posibilidad de realizar obras públicas destinadas al mejoramiento y a las modificaciones de la infraestructura existente. Indudablemente, se requiere disponer de un equipo de trabajo capacitado y de contar con recursos asignados al sector.

La concientización de la sociedad local acerca de la importancia y del valor de los recursos es fundamental para posibilitar su cuidado, su fomento y su desarrollo de manera de propiciar que el turismo sea reconocido como una actividad social y económica capaz de crear fuentes de trabajo y empleo sostenibles.

El sector turístico constituye una de las principales industrias mundiales. En el caso analizado, la promoción de iniciativas desde el Estado, y el compromiso del Gobierno de la Provincia a la Institución Comunal, propician un desarrollo sostenible del sector apuntando su crecimiento y generando confianza en la consolidación del sector en la localidad. La decisión de la sociedad local y el apoyo del Estado en sus distintos niveles son indispensables para promover la puesta en agenda de la temática y la inversión en su desarrollo. En este sentido, la apuesta debe orientarse a mejorar la articulación público-privada. Los antecedentes del trabajo conjunto con la administración de las cabañas *Salto del Pavón* y con el Centro de Día *Corazón del Pueblo*, señalados anteriormente, constituyen ejemplos

concretos. Es una tarea pendiente promover la sinergia con otros actores vinculados a la cuestión turística.

Finalmente, y en el mismo sentido que lo expresado hasta aquí, es importante imaginar la creación de un área específica para el turismo en la Comuna. La creación de un departamento que integre el organigrama institucional, cuyas funciones estén dadas por la promoción y regulación del sector y cuyo personal esté capacitado, propicia el diseño de políticas turísticas generales y específicas. La finalidad es el desarrollo de una planificación estratégica del sector que promueva el posicionamiento de Fighiera como destino turístico regional.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acerenza, M. A. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. México: Trillas.
Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Boullón, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico. (4.a ed.). México: Trillas.
Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/02/Planificaci%C3%B3n-del-espacio-tur%C3%ADstico-de-Roberto-C.-Boullon-PDF.pdf>
- Falcón, J. P. y Pérez Márquez, M. (2015). Propuesta para una gestión pública basada en el desarrollo de destinos sostenibles en Argentina. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 13(6), 1355-1370. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88143407006>
- Graizzaro, G. (1982). en Ponencia presentada en Primer Congreso de Historia de los pueblos de la provincia de Santa Fe. Ministerio de Gobierno. Colaboradoras: Mastrogioseppe, R. y Carulli, A. M. Material brindado por la autora.
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2012). Dirección de Marketing. (14 ed.). México: pearson Educación. Recuperado de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Kotler, P., García de Madariaga, M., Flores Zamora, J., Bowen J. T., Makens, J. C. (2011). Marketing Turístico. (5.a ed.). Madrid: Pearson Educación. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. Visión Gerencial, (1), 135-158. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Cuadernos de Turismo. (35), 335-357. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>.
- Navarro, F. y Schlüter, R. (2010). Turismo en los pueblos rurales de Argentina: ¿es la gastronomía una opción de desarrollo? En Estudios y Perspectivas. CIET, Argentina, (Vol. 19. Nro. 6. ISSN 1851-1732, 909-929).
- Nikulin, C. y Becker, G. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile. Journal of Technology Management & Innovation. (Vol. 10: 127-144). Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf>.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible definición y contexto. Madrid. Recuperado de <https://www.accessibletourism.org/resources/manualturismoaccemoduloipruebadial4final1revisadov2.pdf>
- Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 8(1), 291-314. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Panosso Netto, A. y Lohmann, G. (2012). Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Sancho, Amparo. (1998). Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo. (1.a ed) Madrid: Organización del Turismo. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Subirats, J.; Knoepfel, P.; Larrue, C. y Varonne, F. (2008). Análisis y gestión de Políticas Públicas, Cap. 2 *Las Políticas Públicas*” y Cap. 3 *Los actores de las políticas públicas*. Barcelona: Editorial Ariel.

- Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. (Vol. 17 N°2 343-361). DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.024>
- UNWTO World Tourism Organization. (2021). “UNWTO Tourism Definitions.” DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Varisco, C. (2008). Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa. (Tesis de Maestría). Recuperada de <https://www.studocu.com/co/document/universidad-central-colombia/estrategias-de-comunicacion/varisco-c-estrategias-de-la-comunicacion/15359849>
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 14 N°3. Special Issue 577-594. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.038>
- Wallingre, N. y Toyos, M. (2010). Diccionario de turismo, hotelería y transportes. (2a ed.). Buenos Aires: Universidad del Salvador. Recuperado de http://catedraabiertadeturismo.unq.edu.ar/wp-content/uploads/2018/12/Diccionario-de-turismo-hoteler%C3%ADa-y-transportes_Noem%C3%AD-Wallingre-M%C3%B3nica-Toyos.pdf

10 FUENTES DOCUMENTALES

Área de Empleo, Comuna de Fighiera. (2017). Documento Base, Propuesta Territorial de Promoción del Empleo.

Gobierno de la Nación, Ministerio de Turismo y Deportes. Directrices de Accesibilidad. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/programas-de-calidad/directrices-de-accesibilidad>

Gobierno de la Nación. (2002). Ley 25.599. Agencias de Viajes turísticos. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25599-75087/actualizacion>

Gobierno de Santa Fe. (2015). Decreto N°2143. Recuperado de <https://www.santafe.gov.ar/boletinoficial/ver.php?seccion=23-07-2015decreto2143-2015.html>

Secretaria de Turismo de la Nación. (2016). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Recuperado de <http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/turismo-2016-plan-federal-estrategico-de-turismo-sustentable/>

11 ENTREVISTAS

Entrevista realizada a Ángel Camorali, 2023. Ex encargado del Camping *San Cayetano*.

Entrevista realizada a Emilio Souza, 2023. Uno de los fundadores y actual tesorero del *Club Los Amigos del Río*.

Entrevista realizada a funcionarias de la Comuna de Fighiera: Marisel Marcucci, Regina Campregher y Valeria Lucci, 2023. Exs colaboradoras de las *Expo Ferial Cultural Fighiera*.

Entrevista realizada a Juan Carlos Caiola, 2023. Personalidad local. Artista y comerciante local.

Entrevista realizada a Lic. Paula Giosa, 2023. Dueña y fundadora de Centro de Día *Corazón de Pueblo*.

12 SITIOS WEB CONSULTADOS

Cabañas Salto del Pavón. Información sobre Complejo de Cabañas.

<http://www.saltodelpavon.com.ar/actividades.php>

Cámara de Senadores de la Provincia de Santa Fe. Información sobre departamento de Rosario e imagen de mapa de departamento de Rosario.

<https://www.senadosantafe.gob.ar/departamentos/rosario>

Club de Pescadores Los Amigos del Río. Información e imágenes.

<https://instagram.com/clubdepescadoresfighiera?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==>

Eco-camping Municipal 8 de Noviembre. Información sobre instalaciones y servicios en camping. <https://municipales.com.ar/ecocamping/>

Gobierno de Santa Fe. Ministerio de Cultura. Comisión de Filmaciones. (2021). Información sobre el Arroyo Pavón. <https://comisiondefilmacionessf.gob.ar/locacion/salto-del-arroyo-pavon/>

13 ANEXOS

13.1 ANEXO N° 1

13.1.1 MAPA N°1: MAPA DEL DEPARTAMENTO DE ROSARIO



Fuente: Página web Cámara de Senadores de la Provincia de Santa Fe.

13.2 ANEXO N°2

13.2.1 ANEXO FOTOGRÁFICO N°1



Cascada del Arroyo Pavón, Camping *San Cayetano*. Fuente: Comuna de Fighiera (2021).



Complejo de Cabañas *Salto del Pavón*. Fuente: Comuna de Fighiera (2021).

13.2.2 ANEXO FOTOGRÁFICO N°2



Puesto *Tic Tac* sobre la actual Ruta N°21 actual Frigorífico Daroni. Fuente: Martina Daroni (2021).

13.3 ANEXO N°3: LISTA DE INSTITUCIONES LOCALES

LISTA DE INSTITUCIONES
CLUBES
CLUB ATLÉTICO CENTRAL ARGENTINO
CLUB ATLÉTICO SPORTIVO FIGHERENSE
CLUB DE PESCADORES "LOS AMIGOS DEL RÍO"
COOPERATIVAS Y COOPERADORAS
BANCO CREDICOOP LTDO. FIGHIERA
COOPERATIVA DE OBRAS, SERVICIOS PÚBLICOS, ASISTENCIALES Y DE VIVIENDA FIGHIERA
CULTO
CENTRO CRISTIANO HEBRÓN
CONSEJO DE PASTORES FIGHIERA
IGLESIA EVANGELICA MARANATA
IGLESIA MANANTIAL DE VIDA - SHEKINAH
MINISTERIO CRISTO REY
MINISTERIO FUENTE DE DIOS
PARROQUIA NTRA SRA DEL LUJÁN
CENTROS Y ASOCIADOS
CENTRO DE DÍA <i>CORAZÓN DE PUEBLO</i>
CENTRO DE JUBILADOS Y PENSIONADOS FIGHIERA
CENTRO DE SALUD BARRIO COSTA DEL PARANÁ
CENTRO DE SALUD EVA PERÓN SAMCO
CENTRO MÉDICO DR. SIERRA
CONSULTORIOS EXTERNOS PENSARTE
PROTECTORA 4 PATITAS
PROTECTORA PATITAS RESCATADAS
RESIDENCIA PARA LA TERCERA EDAD <i>JARDÍN DE MIS ABUELOS</i>
COMUNICACIÓN
RADIO 107.7 RADIO "AMISTAD"
RADIO 89.1 RADIO "FIGHIERA"

EDUCATIVAS
JARDÍN DE INFANTES COMUNAL <i>PAJARITOS A VOLAR</i>
JARDÍN DE INFANTES PROVINCIAL N°358
ESCUELA PRIMARIA BRIGADIER GENERAL ESTANISLADO LÓPEZ N°6086 FIGHIERA
CENTRO DE ALFABETIZACIÓN Y EDUCACIÓN BÁSICA PARA ADULTOS FIGHIERA N°155
ESCUELA DE ENSEÑANZA SECUNDARIA ORIENTADA PARTICULAR INCORPORADA N°3007 FIGHIERA
E.E.M.P.A N°3007
PEÑAS Y AGRUPACIONES
AGRUPACIÓN GAUCHA VÍCTOR SANABRIA
PEÑA SENTIMIENTO AZUL Y ORO BOCA JUNIORS
OTRAS
COMISARÍA SUB 11 FIGHIERA
COMUNA DE FIGHIERA
JUZGADO COMUNITARIO DE LAS PEQUEÑAS CAUSAS - REGISTRO CIVIL
OFICINA DE CORREO ARGENTINO

PLANILLA ELABORADA A PARTIR DE DATOS BRINDADOS POR EL ÁREA DE CULTURA Y LA OFICINA DE EMPLEO DE LA COMUNA DE FIGHIERA (2017) DOCUMENTO BASE, "PROPUESTA TERRITORIAL DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO".

*NO TODAS CUENTAN CON PERSONALIDAD JURÍDICA SIN EMBARGO SON CONSIDERADAS INSTITUCIONES LOCALES.

13.4 ANEXO N°4: CARACTERIZACIÓN DE ACTORES PRIVADOS

- Cantina del Camping *San Cayetano*: privado que se encarga del funcionamiento de la cantina y servicio gastronómicos dentro del Camping.
- Cabañas *Salto del Pavón*: privado que se encarga de la administración, difusión y alquiler de las cabañas dentro del Camping *San Cayetano*.
- Club de Pescadores *Los Amigos del Río*: este actor privado destaca por la gama de servicios que administra y ofrece a los turistas y visitantes. Partiendo de la zona de pesca, camping y playa, los espacios de cuna de embarcaciones, la zona para carpas y alquiler temporario de vivienda y también servicios gastronómicos.