

PROVINCIA DE SANTA FE
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
DESARROLLO TURÍSTICO DEL NORTE SANTAFESINO
INFORME FINAL
MAYO 2019
ASOCIACIÓN CIVIL CON PERSONERÍA JURÍDICA
INSTITUTO DE INTERVENCIONES SITUADAS

Consultores: Lic. Scabuzzo, Damián - Lic. Lenzi, Daniela - Lic. Tarducci, Mauricio

ÍNDICE GENERAL

I.INTRODUCCIÓN	4
Información geográfica y demográfica de relevancia	6
El desafío territorial frente a la insuficiente infraestructura hídrica	10
El desafío territorial de la conectividad y accesibilidad	11
Localización de la demanda potencial en el territorio estudio	135
Marco Normativo turístico	799
II. DESARROLLO DEL INFORME	21
Enfoque metodológico	212
Componentes, dimensiones e indicadores	246
PRODUCTO I: MAPEO DE CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	312
1.1 Priorización de localidades a relevar	312
1.2. Entrevistas presenciales con referentes locales	345
1.3. Procesamiento de datos - Resultados	36
1.4. Talleres participativos	681
Convocatoria	70
Desarrollo de la jornada	70
Conclusiones	72
PRODUCTO II - PLATAFORMA DE RECURSOS DE COMUNICACIÓN	73
2.1 Recopilación de contenidos	73
Definición del soporte/lenguaje de los contenidos (audiovisual, fotografía)	75
2.2 Desarrollo del portal web	75
Parámetros y definiciones para el entorno visual del portal web.	75
Definición de los criterios del alojamiento del portal web	770
2.3. Repositorio del material audiovisual	770
PRODUCTO III: AULAS FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES TURÍSTICAS	771
Localización	792
Convocatoria	792
Desarrollo de las jornadas	792
Contenidos de la capacitación	803
Presentación de la plataforma de comunicación.	814
Presentación de experiencias turísticas	814
Conclusiones a las Aulas de capacitación	825
III. CONCLUSIONES FINALES	847
El turismo rural en 9 de Julio	88
Circuito de los pueblos forestales	88
Ramsar Jaaukanigas	88
Señalética turística territorial	89
Empoderamiento y asociativismo	89
Registro de prestadores y normas de calidad	89

Profesionalización de guías turísticos	870
Calendario Unificado de Eventos	870
Accesibilidad	871
Institucionalidad	871

Índice de tablas

Tabla I: Información geográfica y demográfica: 9 de Julio, Vera y Gral. Obligado	7
Tabla II: Hogares con necesidades básicas insatisfechas (NBI), porcentajes en orden descendente; según distrito. Año 2010	9
Tabla III: casos ejemplificadores de la accesibilidad al territorio	14
Tabla IV: Concentración poblacional de los centros urbanos próximos	14
Tabla V: Distancia entre los centros urbanos próximos y reconquista	16
Tabla VI - Características generales de las localidades relevadas	34
Tabla VII: inventario de recursos turísticos básicos	60

Índice de Figuras

Figura i. Mapa social 2010	101
Figura ii: localización de los centros urbanos próximos al territorio en estudio	155
Figura iii: concesión de rutas aéreas a diciembre de 2018	156
Figura iv: Matriz de ponderación de dimensiones	233
Figura v: nivel de desarrollo de atractivos naturales	37
Figura vi: nivel de desarrollo de atractivos naturales - recursos forestales	38
Figura vii: nivel de desarrollo de atractivos naturales - recursos hídricos	39
Figura viii: nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales	380
Figura ix: nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales - folklore	391
Figura x: nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales	402
Figura xi: nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales - eventos	413
Figura xii: nivel de desarrollo de la planta turística	424
Figura xiii: nivel de desarrollo de la planta turística - alojamiento	435
Figura xiv: nivel de desarrollo de la planta turística - gastronomía	46
Figura xv: nivel de desarrollo de la planta turística - servicios	47
Figura xvi: nivel de accesibilidad	48
Figura xvii: nivel de accesibilidad - medios de transporte	49
Figura xviii: nivel de institucionalidad	480
Figura xix: nivel de institucionalidad - gobierno local	491
Figura xx: nivel de institucionalidad - actores	502
Figura xxi: nivel de institucionalidad - comunicación	513
Figura xxii: nivel de institucionalidad - normativas	524
Figura xix: desarrollo de las distintas dimensiones por departamento	55
Figura xxiv. perfil de la demanda	584
Figura xxv. lugar de procedencia	594
Figura xxvi. tipología del grupo de visitantes	605
Figura xxvii. accesibilidad	605

Figura xxviii - motivo de la visita	616
Figura xxix. origen de los visitantes - 9 de julio	627
Figura xxx. motivos de la visita - 9 de julio	68
Figura xxxi. origen de los visitantes - general obligado	69
Figura xxxii. motivo de la visita - general obligado	650
Figura xxxiii. accesibilidad - general obligado	661
Figura xxxiv. perfil del visitante - vera	661
Figura xxxv. origen de los visitantes - vera	672
Figura xxxvi. tipo de grupo de visitantes - vera	683
Figura xxxvii. motivo de la visita - vera	683

Índice de Anexos

Anexo I. Accesibilidad	95
Anexo II. Ejemplos de accesibilidad restringida	107
Anexo III. Formulario Gral. de Relevamiento	109
Anexo IV. Formularios específicos de relevamiento	118
Anexo V. Manual para el entrevistador	139
Anexo VI. Listado de actores relevados	144
Anexo VII. Inventario de recursos turísticos básicos	152
Anexo VIII. Repositorio de fotografías	161
Anexo IX. Base de datos relevamiento general	164
Anexo X. Base de datos de hospedaje	242
Anexo XI. Base de datos de gastronomía	248
Anexo XII. Base de datos de servicios turísticos	256
Anexo XIII. Base de datos museos y sitios culturales	264
Anexo XIV. Base de datos otros relevamientos	273
Anexo XV. Indexación de recursos básicos y complementarios	282
Anexo XVI. Talleres participativos. Listado de convocados	284
Anexo XVII. Talleres participativos. Listado de asistentes	289
Anexo XVIII. Talleres participativos. Invitaciones	293
Anexo XIX. Mapeo de capacidades turísticas. Presentación de conclusiones	299
Anexo XX. Talleres Participativos. Material de trabajo	
310	
Anexo XXI. Talleres participativos. Sistematización de lo producido	326
Anexo XXII. Talleres participativos. Galería de imágenes	365
Anexo XXIII. Plataforma de comunicación. Repositorio de audiovisuales	369
Anexo XXIV. Piezas de comunicación para la promoción del turismo	
370	
Anexo XXV. Aulas de fortalecimiento. Listado de convocados y asistentes	380
Anexo XXVI Aulas de fortalecimiento. Flyers de invitación	389
Anexo XXVII. Aulas de fortalecimiento. Certificados de participación	393
Anexo XXVIII. Aulas de fortalecimiento. Galería de imágenes del evento	395

I.INTRODUCCIÓN

En nuestro país desde algún tiempo a esta parte, el incremento de la actividad turística propició la aparición de iniciativas que planifiquen el desarrollo de este sector productivo. En ese sentido, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) y la nueva Ley Nacional de Turismo establecen criterios para el diseño de políticas públicas que ubican al turismo como dinamizador de la economía. En Santa

Fe, el Plan Estratégico de Turismo 2025 es el documento que define las actuaciones para el desarrollo turístico de la provincia entendiendo que de ese modo se contribuye a la promoción de las economías locales.

Adicionalmente, el gobierno provincial viene llevando a cabo el Plan del Norte, una iniciativa que intenta disminuir desigualdades territoriales, potenciar capacidades, promover el arraigo de la población y el fortalecimiento económico-productivo de los departamentos 9 de Julio, Vera y Gral. Obligado y que puede funcionar como plataforma para la promoción de aquellos territorios que, dentro de esta región, cuentan con potencial para el desarrollo de la actividad turística.

Ubicada sobre el margen este de la provincia y con el río como principal atracción, la región de Jaaukanigás, en el departamento Gral. Obligado, se muestra como uno de los circuitos más consolidados hasta el momento en materia turística. Sin embargo existen en la zona otros atractivos naturales, culturales e históricos que no han sido explotados como los pueblos forestales y el turismo rural que representan una posibilidad para avanzar en el diseño e implementación de iniciativas que permitan al norte santafesino consolidarse como alternativa turística.

Si bien hasta el momento se han desarrollado algunas iniciativas incipientes para consultar a los actores e instituciones del territorio respecto de cómo imaginan que debería ser el perfil del desarrollo turístico en la región, es necesario profundizar estas instancias hacia la consolidación de un perfil de desarrollo turístico para la región y la definición de las capacidades (actuales y potenciales) necesarias para alcanzarlo.

A continuación se presenta una breve caracterización de la Región Norte de la Provincia de Santa Fe:

Información geográfica y demográfica de relevancia

La zona norte de la provincia de Santa Fe se encuentra integrada por los departamentos General Obligado, Vera y 9 de Julio, con una población total de 257.936 habitantes, una extensión de 48.894 Km² y un total de 9 municipios y 36 comunas.

En un análisis más desagregado se puede decir que el departamento General Obligado cuenta con 176.410 habitantes, de los cuales 127.947 habitan en el área urbana y 48.463 en área rural; mientras que el departamento Vera cuenta con 51.494 habitantes, de los cuales 32.025 habitan áreas urbanas y 19.469 áreas rurales; por último se encuentra el departamento 9 de Julio, ubicado en el noroeste de la Provincia, con una población total de 29.832 habitantes, de los cuales 17.435 residen en áreas urbanas y 12.397 en zonas rurales, correspondiendo a la tasa de densidad poblacional más baja de la provincia, en un aproximado de 1,7 habitantes sobre una extensión territorial total de 16.870 Km².

Tabla I: Información geográfica y demográfica: 9 de Julio, Vera y Gral. Obligado.¹

	9 DE JULIO		VERA		GENERAL OBLIGADO	
CABECERA DEPARTAMENTAL	Tostado		Vera		Reconquista	
POBLACIÓN	29.832		51.494		176.410	
EXTENSIÓN TERRITORIAL	16.870 km ²		21.096 km ²		10.928 km ²	
DENSIDAD POBLACIONAL POR KM ²	1.7 (Tostado 3.65)		2.43 (Vera 11.95)		15.23 (Reconquista 123.17)	
POBLACIÓN URBANA Y RURAL	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural
	17.435	12.397	32.025	19.469	127.947	48.463
LOCALIDADES (Municipios y Comunas)	Municipio	Comuna	Municipio	Comuna	Municipio	Comuna
	1	10	2	10	6	16

¹ Fuente: Gobierno de la Provincia de Santa Fe. Ministerios de Economía y Medio Ambiente. IPEC. INDEC. Año 2010.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Noroeste provincial. Limita al este con el departamento Vera, al Oeste con la provincia de Santiago del Estero, el sur con el departamento San Cristóbal, y al Norte con la provincia del Chaco.	Norte provincial. Limita al oeste con el departamento 9 de Julio, al este con el departamento General Obligado y San Javier, al sur con el departamento San Justo y San Cristóbal, y al Norte con la provincia del Chaco.	Noreste provincial. Limita al oeste con el departamento Vera, al este con la provincia de Corrientes, al sur con el departamento San Javier, y al norte con la provincia del Chaco.
MAYOR PORCENTAJE DE POBLACIÓN FRANJA ETARIA	32.66% entre 5 y 19 años	32.99% entre 5 y 19 años	32.44% entre 5 y 19 años
MEDIOAMBIENTE	Los tres departamentos comparten un mismo tipo de clima, subtropical de estación seca, con un promedio alto de temperatura acentuado hacia el oeste, y alternancias entre lluvias y sequías (especialmente hacia el oeste en la zona del departamento 9 de Julio). En los últimos años, la prolongación de las sequías ha disminuido dichas alternancias		
	Al noreste, los Bajos Submeridionales: gran depresión de más de 2 millones de hectáreas, con problemas de drenajes en épocas de inundaciones y de retenciones de agua en tiempos de sequía. Al noroeste, el Chaco semiárido: zona alta con escasez de lluvias que se ubica en una estrecha franja en el límite con la provincia de Santiago del Estero	En el centro-norte, la Cuña Boscosa: una formación arbórea del parque chaqueño constituida por una variedad de especies forestales y poblada por rica fauna. Al oeste, comparte los bajos submeridionales con el departamento 9 de Julio: una extensa zona deprimida sin diferencias en su relieve, con problemas de escurrimiento de las aguas, carencias de árboles y amplias alternancias de inundación y sequía.	Al oeste, comparte el relieve propio de la cuña boscosa con desarrollo central en el departamento Vera. Al este, el valle del Río Paraná. Un ambiente de islas y arroyos en permanente cambio y con una fauna muy variada. Presencia de pastizales, favoreciendo el desarrollo ganadero.

Si se analiza el territorio desde el punto de vista de la geografía física y el medioambiente, esta región presenta tres zonas ambientales identificables, propias de la gran diversidad natural de su territorio:

- En el centro-norte la Cuña Boscosa: formación arbórea del parque chaqueño constituida por una gran variedad de especies forestales y poblada por una rica fauna.
- Al oeste, los Bajos Submeridionales: una extensa zona deprimida sin diferencias en su relieve, con problemas de escurrimiento de las aguas, carencias de árboles y amplias alternancias de inundación y sequía. Mientras que al oeste de los Bajos Submeridionales, se encuentra una extensa zona árida y seca correspondiente al departamento 9 de Julio.

- Al este, el valle del Río Paraná: un ambiente de islas y arroyos en permanente cambio y con una fauna muy variada.

En el transcurso del tiempo, la región ha sufrido un incremento cada vez mayor de sequías, poniendo en peligro la sustentabilidad del ecosistema de los Bajos Submeridionales –uno de los humedales más grandes de la Argentina. A su vez, las inundaciones, en conjunto con las sequías y su sistema cíclico, han producido una diversidad biológica única.²

Por otro lado, la demografía del norte santafesino está conformada por el mayor porcentaje de población rural de la provincia, así como los más altos niveles de población infanto-juvenil, de hecho el 57% de la población total de los tres departamentos tiene entre 0 y 29 años, de los cuales el 31% corresponde a la franja etaria de 0 a 14 años, y el 26% restante de 15 a 29 años.

Los habitantes del norte santafesino poseen un gran sentido de pertenencia a su territorio, con una fuerte cultura asentada en sus costumbres, fiestas típicas y eventos regionales. En este contexto, el fuerte arraigo de sus ciudadanos se traduce en instancias e instituciones de trabajo colectivo, otorgando a las organizaciones de la sociedad civil una importancia fundamental por las acciones que generan y la posibilidad del trabajo en red.

No obstante lo anterior, los departamentos de Vera y 9 de Julio presentan en general los valores más bajos dentro de la provincia de Santa Fe, en relación a los indicadores de desarrollo humano. En este sentido y a modo de ejemplo se presenta a continuación un cuadro relacionado a las NBI y el Mapa Social de las localidades.

Tabla II: Hogares con necesidades básicas insatisfechas (NBI), porcentajes en orden descendente; según distrito. Año 2010³

Departamento	Distrito	TOTAL HOGARES	CON ALGÚN NBI (1)	
			TOTAL	%
VERA	TOBA	259	99	38,22
NUEVE DE JULIO	GREGORIA PÉREZ DE DENIS	577	169	29,29
NUEVE DE JULIO	SANTA MARGARITA	376	100	26,60
VERA	INTIYACO	449	115	25,61
GENERAL OBLIGADO	EL SOMBRERITO	326	80	24,54
GENERAL OBLIGADO	LAS GARZAS	475	106	22,32
VERA	GARABATO	511	106	20,74
VERA	FORTÍN OLMOS	907	188	20,73
GENERAL OBLIGADO	LA SARITA	468	94	20,09
GENERAL OBLIGADO	EL RABON	498	93	18,67
GENERAL	TACUARENDI	838	155	18,50

² Plan del Norte, Provincia de Santa Fe, 74pp., 2017

³ Fuente: INDEC - CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN, HOGARES Y VIVIENDAS 2010

OBLIGADO				
GENERAL OBLIGADO	SAN ANTONIO DE OBLIGADO	738	134	18,16
NUEVE DE JULIO	VILLA MINETTI	1.605	268	16,70
GENERAL OBLIGADO	VILLA ANA	1.042	171	16,41
GENERAL OBLIGADO	VILLA OCAMPO	5.686	762	13,40
VERA	MARGARITA	1.336	167	12,50
GENERAL OBLIGADO	LAS TOSCAS	3.296	406	12,32
VERA	VERA	5.888	689	11,70
NUEVE DE JULIO	TOSTADO	4.616	540	11,70
VERA	CALCHAQUI	3.186	357	11,21
GENERAL OBLIGADO	AVELLANEDA	7.173	777	10,83
GENERAL OBLIGADO	ARROYO CEIBAL	378	40	10,58
GENERAL OBLIGADO	RECONQUISTA	21.117	1.920	9,09
GENERAL OBLIGADO	MALABRIGO	2.158	148	6,86

Las Necesidades Básicas Insatisfechas fueron definidas según la metodología utilizada en “La pobreza en la Argentina”.⁴

El “Mapa Social 2010”⁵ como se puede observar en la Figura I agrupa un conjunto de hogares y de población que vive en dichos hogares, radios censales, según las características socio-económicas recolectadas en el Censo 2010 en toda la provincia de Santa Fe, incluyendo tanto las zonas rurales como urbanas⁶. Se logra determinar y caracterizar siete grupos diferentes según las condiciones de vida observadas. Los resultados sirven para comparar las problemáticas sociales en todo el territorio de la provincia y para usarlos como base para estudios sociales.

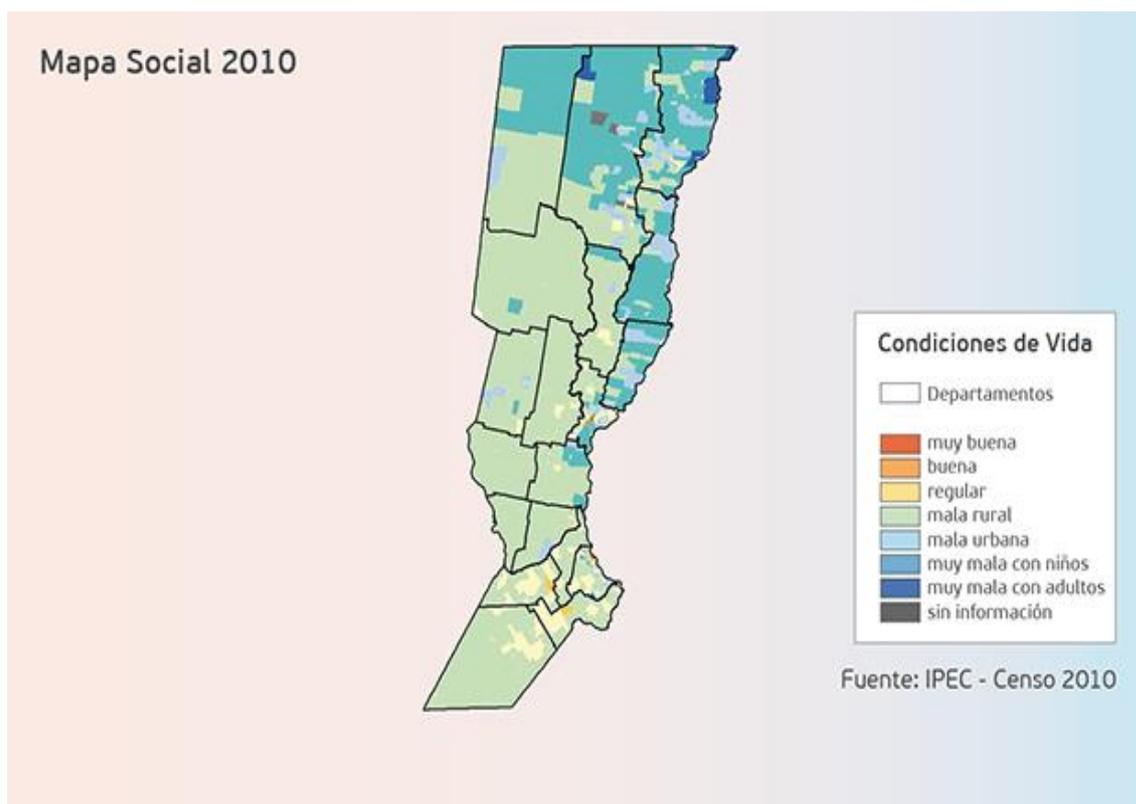
⁴ Serie Estudios INDEC N°. 1, Buenos Aires, 1984 Los hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) son los hogares que presentan al menos uno de los siguientes indicadores de privación:

- Hacinamiento: hogares que tuvieran más de tres personas por cuarto.
- Vivienda: hogares en una vivienda de tipo inconveniente (pieza de inquilinato, vivienda precaria u otro tipo, lo que excluye casa, distrito y rancho).
- Condiciones sanitarias: hogares que no tuvieran ningún tipo de retrete.
- Asistencia escolar: hogares que tuvieran algún niño en edad escolar (6 a 12 años) que no asistiera a la escuela.
- Capacidad de subsistencia: hogares que tuvieran cuatro o más personas por miembro ocupado y, además, cuyo jefe no haya completado tercer grado de escolaridad primaria.

⁵ MAPA SOCIAL 2010, elaborado por el INSTITUTO PROVINCIAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS.

⁶ Radios Censales Según Condiciones de Vida. Provincia de Santa Fe. Censo 2010

Figura I. Mapa social 2010



En el Mapa Social se observa que las condiciones de vida en los Departamentos Vera, General Obligado y 9 de Julio, varían desde condiciones de vida mala en zona rural y urbana, hasta condiciones de vida muy mala con niños.

Los grupos *Mala Rural*, *Muy mala con niños* y *Muy mala con adultos*, en su mayoría son rurales o mixtos, por lo tanto son pocos poblados y con las peores condiciones habitacionales y más bajo nivel educativo que los grupos urbanos. *El grupo Muy mala con adultos* si bien alcanza los peores valores en estas características es un grupo formado en su mayoría por hombres con ocupación, en cambio el grupo *Muy mala con niños* se caracteriza por tener mayores porcentajes de niños y jefas de hogar con primaria incompleta. El grupo *Mala Rural* comparado con el grupo *Muy mala con niños* mejora las condiciones habitacionales y los niveles de educación y además presenta menor porcentaje de niños, menor porcentaje de personas desocupadas y mayor porcentaje de personas mayores. Cabe mencionar que estos tres grupos son los predominantes en la zona norte de la provincia de Santa Fe, donde los indicadores de niveles educativos, sanitarios y de condiciones de vida en general, señalan los más bajos índices del territorio provincial.

El desafío territorial frente a la insuficiente infraestructura hídrica

Las lluvias de fin de 2018, han ocasionado una emergencia hídrica en el territorio que se extiende a las provincias de Corrientes, Santiago del Estero y Chaco. El agua ha avanzado no sólo sobre suelo productivo, sino también sobre concentraciones urbanas obligando a las localidades a reforzar los trabajos de contención y drenaje y, en algunos

casos, el desalojo de las familias afectadas. El gobierno provincial ha decretado **zona de desastre** al norte santafesino.

Durante la ejecución vinculada al presente informe, la situación afectó a 7.600 habitantes del norte provincial, evacuando más de 500 personas. 9 de Julio fue el departamento más castigado al superar los 300 evacuados, en su mayoría vecinos de las localidades de Tostado y Villa Minetti.

Otras localidades de Vera y General Obligado también sufren habitualmente las consecuencias de este tipo de temporal como Calchaquí, Florencia, El Rabón, Reconquista.

Muchos caminos de ripio y mejorado se anegan con facilidad, sobre las rutas el agua afecta la calzada y en ocasiones deja sin operación puentes y accesos.

Ha Febrero de 2019 la Bolsa de Comercio de Rosario estimaba en más de 230 millones de dólares el impacto de la pérdida por el exceso hídrico en el norte de Santa Fe. Hallándose afectadas más de 500.000 hectáreas. El gobierno de Santa Fe ha declarado en consecuencia la **emergencia agropecuaria**.

Esta situación no es aislada, ha acontecido en el pasado, y los eventos climáticos contemporáneos nos obligan a pensar en que se sucederán con más incidencia en el futuro. Los promotores y oferentes turísticos en el territorio, que habitualmente no se dedican exclusivamente a ésta actividad, ante cada ocurrencia se ven fuertemente afectados. Aquellos de 9 de Julio y Vera, con un desarrollo incipiente, son los más perjudicados. La accesibilidad y falta de infraestructura impide siquiera promover cualquier tipo de oferta turística. En 9 de Julio las estancias ganaderas que promocionan el turismo agro-ecológico y rural, están condicionadas al clima, la accesibilidad y la prioridad de salvaguardar sus recursos agropecuarios. Los campings con acceso a ríos y riberas, limitan sus servicios o cierran, debido a que el agua avanza sobre sus infraestructuras. Sobre el margen de Jaukanigás (General Obligado), la subida del agua, dificulta el acceso a varias zonas/puertos/bajadas/caminos, reduciendo el terreno firme, lo que desplaza a la fauna a terrenos altos, dificultando su avistaje, la pesca deportiva se encuentra impedida por los cambios en los espejos de agua; y muchos espacios, que en ocasiones tienen un uso alternativo turístico o de conservación ambiental, se transforman en precarios espacios de contención y pastoreo de ganado.

La resolución de éste problema, sólo exitosa si se hace desde un plan integral para todo el territorio del norte santafesino, permitirá afianzar el desarrollo de la cadena de valor turística.

El desafío territorial de la conectividad y accesibilidad

Durante todo el proceso de relevamiento, el problema de la accesibilidad al territorio ha estado presente. Los eventos climáticos, condicionan la movilidad de la población dentro del territorio. Los caminos de tierra se anegan con facilidad, ciertas localidades, sobre todo del departamento Vera, en ocasiones quedan aisladas. La conectividad vía internet o línea telefónica suele perderse habitualmente en los departamentos de Vera y 9 de Julio, por cortes eléctricos, o fallas en las antenas (o ausencia de ellas), o problemas en el tendido de red, por períodos de más de un día en promedio hasta su restablecimiento.

Resolver la conectividad y los caminos en el Norte Santafesino es un objetivo fundamental para el Plan del Norte. Así queda de manifiesto entre sus directrices:

La integración territorial refiere al despliegue de las relaciones sociales, la vida cotidiana, la producción, el consumo y el intercambio a escala regional, provincial e incluso nacional. Ello supone intervenciones de política pública que potencien y favorezcan estos vínculos. En tal sentido esta línea incluye proyectos que refieren a las siguientes áreas:⁷

- *Conectividad física y de transporte, para favorecer la transitabilidad de la población y la producción.⁸*
- *Conectividad de comunicación a través de la mejora de los servicios y la incorporación de nuevas tecnologías.⁹*

Entre los proyectos que hacen a la integración vial interprovincial se cuentan: la Hidrovía Paraná-Paraguay, la Autopista Ruta Nacional nº 11 (desde Buenos Aires con Asunción), y la comunicación ferroviaria. La Autopista Ruta Nacional nº 11, cuyos tramos Buenos Aires - Rosario y Rosario - Santa Fe ya existen, que en Santa Fe ha adquirido la cualidad de Corredor biológico, permitiría otorgar seguridad y agilidad, así como mayor visibilidad al litoral provincial y la región de Jaaukanigás.

Las dificultades antes mencionadas condicionan el desarrollo productivo del territorio, y en el plano turístico, predisponen a la demanda potencial, sumando un obstáculo adicional a la hora de planificar una visita al territorio.

Se relevaron las condiciones de accesibilidad a las localidades. Se destacan algunas de las que cuentan con menos infraestructura, de modo de visibilizar la situación actual:

⁷ Recuperado de

[https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212272/\(subtema\)/205735](https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212272/(subtema)/205735)

⁸ Ver lineamientos y programas del Plan del Norte en:

[https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212273/\(subtema\)/205735](https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212273/(subtema)/205735)

⁹ Ver programas de conectividad para el Plan del Norte en:

[https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212273/\(subtema\)/205735](https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/212273/(subtema)/205735)

Tabla III: Casos ejemplificadores de la accesibilidad al territorio

Tabla: Casos ejemplificadores de la accesibilidad en el Territorio del Norte Santafesino									
Localidad	La localidad, ¿Dispone de estación de servicio para recarga de combustible, con servicio de mecánica ligera?	¿Dispone de más de una estación de servicio? (de distinta bandera)	¿Tiene atención 24hs?	¿Cuenta con servicio de acceso para líneas de transporte terrestre?	Indique los distintos prestadores del servicio de transporte terrestre	Enumere principales localidades de origen o destino de los viajes	Indique frecuencia de los servicios	¿Ofrece accesibilidad para personas con movilidad reducida?	La localidad cuenta con los siguientes servicios de transporte interno:
Florencia	Sí	No	Sí	No					
Villa Ana	Sí	No	No	Sí	El norte bis, empresa de transporte VanaTur.	Villa Ocampo, Reconquista, Santa Fe.	Cinco salidas diarias.	No	Servicio de Remis
Tartagal	Sí	Sí	No	No					
Los Amores	Sí	No	No	Sí	Empresa de colectivo " cuña boscosa " y de tren empresa del Estado Nacional SOFSE	Los Amores- Vera // Los Amores- Reconquista (colectivos) // Los Amores- Resistencia (chaco) en tren	una frecuencia diaria a los destinos mencionados	SI	Servicio de Remis
Villa Minetti	Sí	Sí	Sí	Sí	El Pulqui - Etar - TAL - El Tigre Iguazú - otras	Villa Minetti - Santa Fe - Rosario - Buenos Aires - Córdoba - Corrientes - Misiones e intermedias.	diarios	No	Servicio de Remis

Localización de la demanda potencial en el territorio estudio

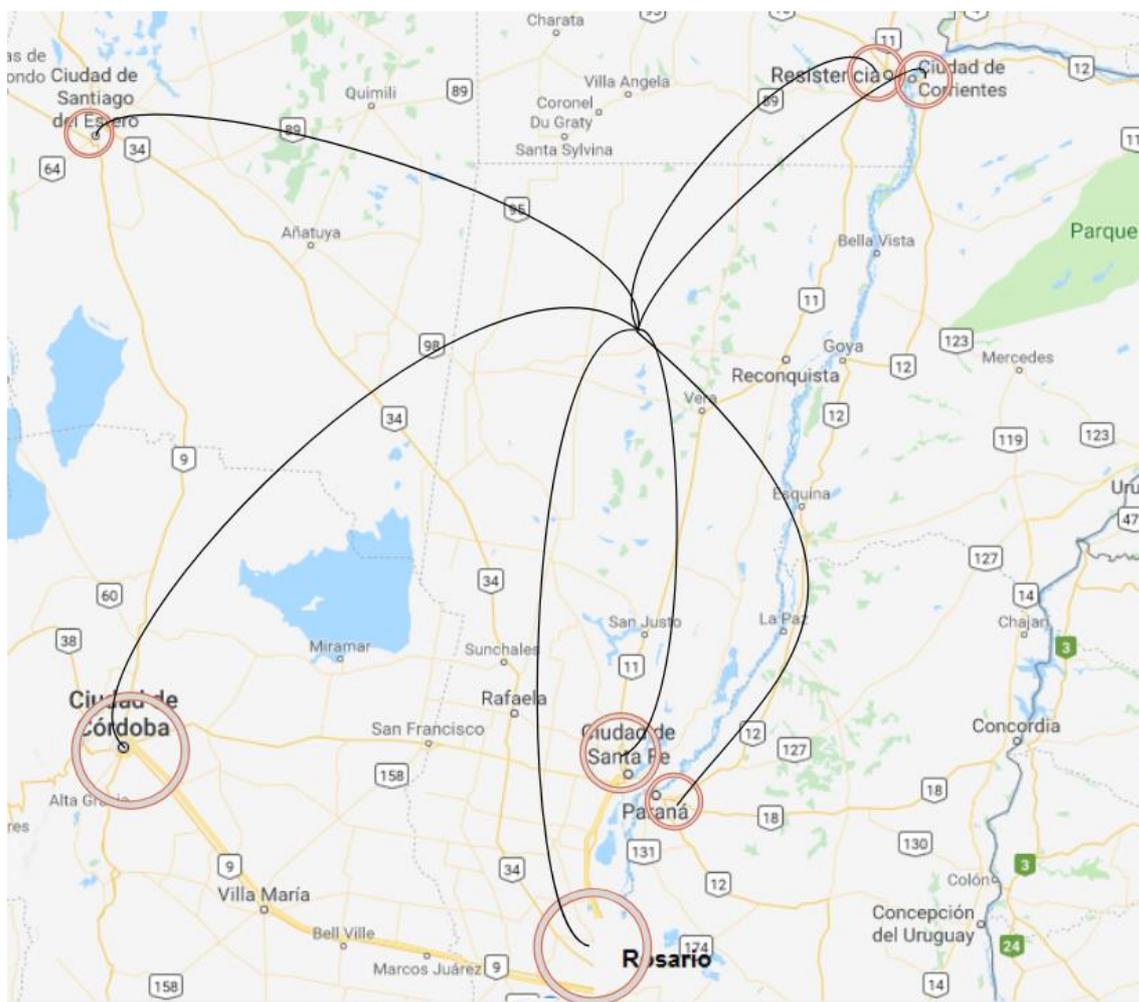
La demanda potencial, más próxima al territorio (Tabla IV), se observa geográficamente en la Figura II.

Tabla IV: Concentración poblacional de los centros urbanos próximos al territorio en estudio¹⁰

Departamento	Provincia	Población Total
Capital	Córdoba	1.329.600
Rosario	Santa Fe	1.193.500
Capital	Santa Fe	525.000
Capital	Entre Ríos	339.900
Capital	Corrientes	358.000
San Fernando	Chaco	390.800
Capital	Santiago del Estero	267.000
Castellanos	Santa Fe	178.000

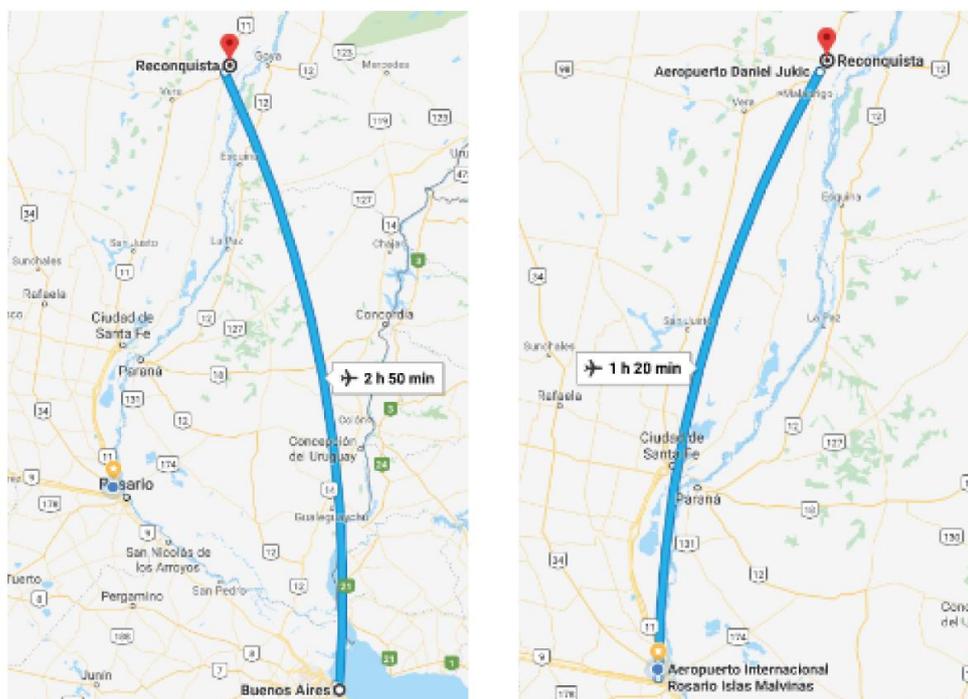
¹⁰ s/datos del INDEC. Censo 2010, redondeo cada 100 habitantes - <https://www.sig.indec.gov.ar/censo2010/>

Figura II: localización de los centros urbanos próximos al territorio



La concesión de dos nuevas rutas aéreas desde y hacia Reconquista (Rosario y Buenos Aires) auguraba un cambio en la dinámica de los negocios y en el acceso y aparición de “nuevos turistas” (Figura III).

Figura III: concesión de rutas aéreas a diciembre de 2018



Repensando la manera de acceder al territorio, con esta nueva alternativa, y entendiendo a Reconquista como epicentro, siendo a la fecha del presente informe la localidad que presenta mayor desarrollo en términos de accesibilidad y servicios turísticos dentro de la región, observamos las distancias en la Tabla V:

Tabla V: Distancia entre los centros urbanos próximos al territorio y reconquista

Departamento ¹¹	Provincia	Distancia a Reconquista (en km)
Capital	Córdoba	672
Rosario	Santa Fe	505
Capital	Santa Fe	330
Capital	Entre Ríos	337

¹¹ Elaboración propia

Capital	Corrientes	240
San Fernando	Chaco	222
Capital	Santiago del Estero	549
Castellanos	Santa Fe	375

Mientras que desde Reconquista hacia los principales atractivos turísticos encontramos que:

- Distancia máxima radial desde Reconquista a los atractivos turísticos más alejados (ej. Tostado) es de 200 km.
- Distancia promedio radial desde Reconquista a la mayoría de los atractivos turísticos del territorio es de 103 km.

En Junio 2018 y durante aproximadamente 8 meses estas rutas fueron concesionadas y estuvieron activas. A pesar de que nunca lograron imponerse como rutas turísticas siendo su uso frecuente motivado por movilidad doméstica o de negocios, coincidían con una gran oportunidad en términos de accesibilidad y acercamiento de nuevos turistas.

Marco Normativo turístico

En relación al marco normativo y legal que regula la actividad turística, define los lineamientos de gestión y organización, las directrices hacia una definición de calidad y fomento al turismo sustentable, encontramos:

La Agenda XXI para la Industria de los Viajes y el Turismo de la Organización Mundial del Turismo. La OMT, perteneciente a Naciones Unidas, trabaja con 158 países miembros, y más de 500 miembros afiliados, en pos de promover políticas y herramientas que permitan un desarrollo sostenible, un turismo más competitivo, y que el turismo contribuya a una reducción de la pobreza y el subdesarrollo¹². Una definición del desarrollo sustentable para la OMT expresa que:

“El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”¹³

En el ámbito nacional, la Ley 25.997 declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país (Art. 1). Propone el fortalecimiento de la cadena productiva de turismo, atendiendo al desafío de un desarrollo sostenible y sustentable, la creación del Consejo Federal de Turismo y el Instituto Nacional de Promoción Turística, así como un Fondo Nacional de Turismo, todos instrumentos pensados para una gestión estratégica del Turismo como actividad productiva.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025¹⁴, define las pautas hacia 2025 con el objetivo de continuar un proyecto nacional que avizore “*una Argentina equilibrada, integrada, sustentable y socialmente justa; donde el turismo es considerado un derecho ciudadano y un sector productivo generador de riqueza y equidad social.*”¹⁵

En sintonía, la provincia de Santa Fe, ha diseñado un Plan estratégico de Turismo 2020 (hacia el 2025), cuya misión es la de desarrollar productos turísticos accesibles y de calidad, involucrando a la comunidad local y que sean sustentables y sostenibles. Hacer eje en el cuidado y la protección cultural, patrimonial, social, económica, y ambiental de la Provincia de Santa Fe, buscando la excelencia desde la capacitación constante¹⁶.

Finalmente, y como herramienta de definición práctica en la gestión turística, La Federación Argentina de Municipios junto a la Secretaría de Asuntos Municipales del

¹² Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

¹³ Recuperado de: http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Planificaci%F3n%20y%20Desarrollo%20Tur%EDstico/pdf/seccion_01.pdf

¹⁴ Recuperado de: <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>

¹⁵ Extraído del Acta de Compromiso 2015, al reafirmarse el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025.

¹⁶ Recuperado de: <https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/217561/1130441/file/Plan%20estrat%C3%A9gico%20de%20Turismo%202025.pdf>

Ministerio del Interior y la Secretaría de turismo Nacional, han elaborado un Manual de Directrices de Gestión Turística de Municipios¹⁷.

¹⁷Recuperado de:
<https://www.mininterior.gov.ar/prensa/Publicaciones/asuntosMunicipales/manualDirectrices.pdf>

II. DESARROLLO DEL INFORME

Este proyecto se propone, detectar las capacidades turísticas (actuales y potenciales) de los municipios y comunas de los tres departamentos que integran el norte santafesino, 9 de Julio, General Obligado y Vera, para esto se proponen los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las capacidades turísticas locales (actuales y potenciales) a partir de un exhaustivo relevamiento en territorio.
- Generar una herramienta para la ponderación de las localidades en relación a sus capacidades turísticas relevadas.
- Generar espacios de participación de todos los actores involucrados para la identificación del perfil turístico a desarrollar.
- Generar una plataforma web que concentre información actualizada y accesible sobre las capacidades turística de la región.
- Capacitar a los actores involucrados en la actividad sobre las pautas para el desarrollo de un modelo turístico sustentable y sostenible compartido.

Enfoque metodológico

Los estudios de evaluación y potencialidad de recursos turísticos cuentan con cierta trayectoria en Latinoamérica, desde los años setenta a partir de los modelos de evaluación propuestos por la Organización Mundial del Turismo y la Organización de los Estados Americanos. Además existe consenso en el ámbito académico para afirmar que, la evaluación de los recursos turísticos es un proceso que comprende básicamente dos fases: la elaboración de un inventario de los recursos potenciales localizados en el espacio geográfico a evaluar; y la evaluación de los recursos inventariados, la cual puede elaborarse desde una perspectiva cuantitativa, o una perspectiva cualitativa. (Camara, 2014)¹⁸

En este sentido, a continuación se presenta una propuesta metodológica que involucra conceptos, instrumentos y herramientas diseñados con un doble objetivo: la identificación e inventario de los recursos turísticos de cada localidad; y la medición de los mismos según parámetros y criterios unificados que permitan asignarle un valor medible y cuantificable a cada recurso y variable. Esto resulta fundamental para conocer en profundidad las fortalezas, debilidades y potencialidades de cada localidad en relación a sus capacidades turísticas, obteniendo un diagnóstico en profundidad de la situación actual, de acuerdo al peso asignado a cada uno de los indicadores y variables.

Los instrumentos diseñados con estos fines son:

- **Entrevista para el relevamiento de capacidades turísticas de la localidad** (Ver Anexo III).

El objetivo de este instrumento es la identificación y relevamiento de los recursos básicos y complementarios de cada localidad. Para esto, se realizaron entrevistas presenciales con actores claves de la localidad (Funcionarios de los gobiernos locales de áreas vinculadas al turismo; emprendedores turísticos locales; actores identificados como relevantes para la cultura y/o tradiciones locales, representantes de instituciones culturales y sitios históricos).

A partir de un exhaustivo trabajo de campo que consistió en el relevamiento de localidades y actores locales a entrevistar, el acuerdo del día y horario para la realización de la entrevista y la realización de la misma de manera presencial; se pretende identificar y clasificar los recursos y atractivos turísticos presentes en la localidad, y su grado de desarrollo (actual y potencial).

¹⁸ Camara, Charles Jean y Morcate Labrada, Flora de los Ángeles (2014) "Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France". Revista Arquitectura y Urbanismo vol.35 no.1, versión On-line ISSN 1815-5898. La Habana, Cuba.

Además, la entrevista contiene preguntas para conocer la percepción de los/as entrevistados/as sobre los elementos que contribuyen a la identidad turística de la localidad, así como sobre la caracterización de la demanda turística, y las capacidades de las instituciones locales para contribuir al desarrollo del turismo. La guía de preguntas para la entrevista se estructura en 5 secciones temáticas:

Sección 1: Datos del/a entrevistado/a.

Sección 2: Percepciones generales

Sección 3: Capacidades turísticas

Sección 4: Caracterización de la demanda

Sección 5: Capacidades institucionales para el desarrollo turístico

Por otro lado, se diseñaron instrumentos específicos (Ver Anexo IV) para relevar la oferta de Hospedaje, Gastronomía, Servicios Turísticos, y Atractivos Histórico Culturales.

El instrumento de relevamiento diseñado para la realización de las entrevistas fue validado con referentes técnicos de la Secretaría de Turismo Provincial y el equipo de Plan del Norte. Posteriormente se realizó un encuentro de coordinación, distribución de tareas y definición de una agenda de relevamiento para la aplicación del dispositivo. Se les suministró a los entrevistadores un Manual para el entrevistador (Ver Anexo V).

- Matriz de operacionalización de capacidades turísticas (Ver Figura IV)

Para procesar el caudal de información relevado en las localidades se diseñó una matriz de procesamiento que permite sistematizar la información cualitativa de las entrevistas y obtener una valoración cuantitativa que posibilita la evaluación y medición de los componentes y variables que conforman las capacidades turísticas de cada localidad. Esta herramienta se diseñó con el fin de lograr uniformidad conceptual y metodológica en los criterios a emplear para la evaluación y ponderación de las capacidades turísticas actuales y potenciales de cada una de las localidades priorizadas.

Para la elaboración de esta herramienta fue necesario, en primer lugar definir claramente qué se entiende por capacidades turísticas, qué componentes y/o variables componen la definición y los indicadores que permiten medir los conceptos antes esbozados.

Las Capacidades Turísticas refieren a la presencia de atributos y elementos que actúan como facilitadores (actuales o potenciales) para el desarrollo del turismo en la localidad. Bajo esta conceptualización quedan comprendidos elementos que no necesariamente residen en el ámbito público de manera excluyente.

Se identificaron dos grandes componentes de las capacidades turísticas de cada localidad:

- El primero lo integran los **recursos turísticos básicos**, aquellos que dependen fundamentalmente de la existencia de recursos naturales y culturales, así como de actividades recreativas que tienen capacidad propia para atraer la visita de turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado.
- El segundo se estructura a partir de la presencia de **recursos turísticos complementarios**, son aquellos que constituyen el soporte y servicios que facilitan el aprovechamiento de los recursos básicos y pueden caracterizarse como planta turística. Incluye aquellos *establecimientos* administrados por el sector público o privado, dedicados a prestar servicios turísticos; la *infraestructura*, considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas; la *institucionalidad* para el desarrollo turístico que comprende todos los organismos especializados de la comunidad local encargados de generar acciones e iniciativas para optimizar la oferta de cada localidad.

Para alcanzar una visión integral de las capacidades turísticas de una localidad es necesario un abordaje en el que los recursos básicos y complementarios se analicen conjuntamente dando como resultado el patrimonio turístico.

Cada uno de estos dos componentes está integrado por dimensiones construidas en torno a indicadores. Para otorgarles una valoración a estos indicadores se definieron criterios de medición.

Figura IV: Matriz de ponderación de dimensiones

COMPONENTE	DIMENSIÓN	INDICADOR DE 1º NIVEL	INDICADOR DE 2º NIVEL
RECURSOS BÁSICOS	D1. Atractivos Naturales	1. Accesibilidad	
		2. Desarrollo	
		3. Representatividad	
	D2. Atractivos histórico - culturales	1. Reconocimiento	
2. Incidencia en la Agenda Cultural			
RECURSOS COMPLEMENTARIOS	D3. Planta turística	1. Alojamiento	
		2. Gastronomía	
		3. Servicios	
	D4. Accesibilidad	1. Vías de acceso	
		2. Medios de transporte	
	D5. Institucionalidad para el desarrollo	1. Gobierno local	1. Estructura
			2. Presupuesto
		2. Actores	
3. Comunicación			
4. Normativa			

Componentes, dimensiones, indicadores y criterios de valoración

Componente 1: RECURSOS BÁSICOS

Dimensión 1- Atractivos Naturales

Descripción:

Los recursos naturales turísticos son factores intrínsecos a la naturaleza y a la geografía de un determinado lugar que presentan algún grado de singularidad que los vuelve un centro de atracción, promoviendo flujos de personas con finalidades turístico recreativas.

El uso asignado a los recursos naturales, en particular en su carácter de atractivos turísticos naturales, requiere para ser efectivo de ciertos factores institucionales que rigen condiciones de apropiación de la naturaleza en la sociedad receptora del flujo turístico, tales como: la accesibilidad, la existencia de iniciativas de inversión o empresariales y de gestión turística, la normativa jurídico-administrativa.

Tipos:

- Río/ Laguna / Curso de agua/ Costa (atractivos paisajísticos - hídrico)
- Reservas naturales: Observación de flora y fauna autóctona (atractivo paisajístico - forestal).

Indicadores y criterios de valoración:

1.1. Grado de accesibilidad: está determinada por la calidad del acceso y la conectividad, pero no es suficiente la consideración de la accesibilidad física pueden existir ciertas restricciones al ingreso que se relacionan con el dominio y usos permitidos.

Valoración: Acceso dificultoso: 0; Presenta accesibilidad restringida: 1; Accesible: 2

Fuente: Se releva a partir de la pregunta 2.3.2 y 2.3.2.1 del formulario "RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS" (Ver Anexo III).

1.2. Grado de desarrollo de servicios y equipamiento complementarios: existencia de equipamiento e infraestructura que producen servicios turísticos añadiendo otros atractivos turísticos más allá de los estrictamente naturales.

Valoración: escala de 0 (inexistente) a 3 (desarrollado)

Fuente: se releva a partir de la pregunta 2.3.1 del formulario "RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS" (Ver Anexo III).

1.3. Grado de representatividad: grado en el que la localidad se caracteriza o representa a través de sus atractivos naturales

Valoración: escala de 0 (inexistente) a 3 (desarrollado)

Fuente: se releva a partir de la pregunta 1.3 y 1.4 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III).

Dimensión 2- Atractivos Histórico culturales

Descripción:

Refiere a las manifestaciones culturales históricas o lugares históricos, cuyo valor reside únicamente en estar asociados a algún acontecimiento relevante de la historia y/o cultura nacional o local.

Tipos:

- Museos y manifestaciones culturales históricas: conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen un valor artístico, histórico o monumental.
- Folklore: manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población.
- Eventos: comprende todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que pueden atraer turistas.

Fuente:

Se relevan a partir de la pregunta 2 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III).

Indicadores y criterios de valoración:

2.1. Grado de reconocimiento local: grado en el que el atractivo es conocido a nivel local, regional o nacional.

Valoración: No se reconoce: 0; Se reconoce a nivel Local: 1; Se reconoce a nivel Regional: 2; Se reconoce más allá de la región: 3

Fuente: se releva a partir de la pregunta 1.3 y 2.4 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III), y formulario específico sobre Atractivos histórico culturales (Ver Anexo IV).

2.2. Grado de incidencia en la agenda cultural: peso del atractivo en la agenda cultural de la localidad

Valoración: No incide: 0; Incide poco: 1; Incide fuertemente: 2

Fuente: se releva a partir de la pregunta 1.3 y 2.4 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III), y formulario específico sobre Atractivos histórico culturales (Ver Anexo IV).

Componente 2: RECURSOS COMPLEMENTARIOS

Dimensión 3- Planta Turística

Descripción:

Integrada, por el equipamiento, instalaciones y servicios dedicados a la actividad turística, incluyendo a todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se desarrollen en el rubro turístico.

Fuente:

Se relevan a partir de la pregunta 2.1 y 2.1.2 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III).

Indicadores y criterios de valoración:

3.1. Grado de desarrollo del Alojamiento: desarrollo de la oferta de alojamiento en la localidad

Valoración: No existe: 0; Hasta tres opciones disponibles: 1; Más de tres opciones disponibles: 2

Fuente: se releva a partir de la pregunta 2.1. del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III), y formulario específico de Hospedaje (Ver Anexo IV).

3.2. Grado de desarrollo gastronómico: desarrollo de la oferta gastronómica en la localidad

Valoración: No existe: 0; Hasta tres opciones disponibles: 1; Más de tres opciones disponibles: 2

Fuente: se releva a partir de la pregunta 2.2. del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III), y del formulario específico de Gastronomía (Ver Anexo IV).

3.3 Grado de desarrollo de servicios vinculados al turismo: Existencia de agencias turísticas, paquetes, excursiones.

Valoración: No existe: 0; Hasta tres opciones disponibles: 1; Más de tres opciones disponibles: 2

Fuente: se releva a partir de la pregunta 2.3.1 del formulario “RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS” (Ver Anexo III), y formulario específico de Servicios al Turismo (Ver Anexo IV)

Dimensión 4- Grado de Accesibilidad

Descripción:

Constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantizan, la correcta integración y el funcionamiento de la planta turística y las adecuadas facilidades de los visitantes.

Fuente: Formulario de Accesibilidad (Ver Anexo I).

Indicadores y criterios de valoración:

4.1. Grado de desarrollo de las vías de acceso: refiere a la infraestructura vial para acceder a la localidad

Valoración: Camino de tierra/interno: 1; Camino consolidado/ripio: 2; Ruta pavimentada y señalizada: 3

4.2. Diversidad de medios de transporte: grado de accesibilidad en relación a las opciones de transporte para viajar a la localidad

Valoración: Solo vehículo privado: 1; Remisse/ transfer: 2; Colectivo larga y media distancia: 3; Colectivo y terminal de buses: 4; Terminal de buses y aeropuerto: 5

Dimensión 5- Institucionalidad para el desarrollo Turístico

Descripción:

Son todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de promover y optimizar el funcionamiento del sistema turístico de la localidad

Fuente:

Se relevan a partir de las preguntas 4.1 hasta la 5 del formulario "RELEVAMIENTO DE LAS CAPACIDADES TURÍSTICAS" (Ver Anexo III).

Indicadores y criterios de valoración:

5.1. Grado de desarrollo del gobierno local en el tema: Se releva a partir de la existencia de un área especializada, con desarrollo de acciones específicas y la dotación presupuestaria.

Valoración: No Existe un área especializada dentro del gobierno local: 0; Existe un área especializada dentro del gobierno local: 1; Identificación de acciones claras: 2; Partida presupuestaria propia: 3

5.2. Existencia de una diversidad de actores para la promoción del turismo

Valoración: No existe: 0; Existe: 1

5.3. Desarrollo de estrategias de comunicación: existencia de canales de difusión como páginas web , redes sociales, o publicidad en medios de comunicación, marca turística de la localidad, etc.

Valoración: No posee: 0; Escasamente desarrolladas: 1 (accion aislada de difusión); Medianamente desarrolladas (existen criterios de difusión gestionados de manera individual): 2; Muy desarrolladas (identidad visual común, manual de marca, protocolo de difusión de la agenda público/privada): 3

5.4 Desarrollo de normativa de protección al patrimonio local: existencia de normativa para la protección de los recursos naturales y/o histórico/culturales

Valoración: No existe: 0; Existe: 1

Como resultado de la aplicación de los instrumentos anteriormente mencionados posibilitó el relevamiento y posterior procesamiento de información que derivó en los productos que se presentan a continuación:

- PRODUCTO 1: Mapeo de capacidades para el desarrollo turístico.
 - PRODUCTO 2: Plataforma de recursos de comunicación para el posicionamiento del norte santafesino como destino turístico.
-
-

PRODUCTO I: MAPEO DE CAPACIDADES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Se realizaron las siguientes tareas con sus respectivos resultados:

1. Priorización de localidades a relevar.
2. Entrevistas presenciales con referentes locales, a través de un cuestionario semi-estructurado.
3. Procesamiento de datos - Mapa de Capacidades Turísticas.
4. Talleres Participativos.

1.1 Priorización de localidades a relevar

Para la organización del relevamiento se realizó un encuentro con los referentes técnicos del equipo provincial de la Secretaría de Turismo y de Plan del Norte donde se estableció en base a conocimientos pre-existentes priorizar las siguientes localidades (Ver Tabla V):

Departamento 9 de Julio

- Tostado
- Villa Minetti

Departamento Vera

- Vera
- Calchaquí
- Tartagal
- La Gallareta
- Villa Guillermina
- Villa Ana

Departamento General Obligado

- Reconquista
- Avellaneda
- Las Toscas
- Villa Ocampo
- Florencia
- Malabrigo

A su vez se acordó relevar otro grupo de localidades en carácter de no priorizadas:

Departamento Vera

- Fortín Olmos
- Garabato
- Golondrina
- Intiyaco
- Cañada Ombú
- Los Amores

Departamento General Obligado

- El Rabón

- San Antonio
- Arroyo Ceibal

Tabla VI - Características generales de las localidades relevadas

Localidad	Cantidad de habitantes (1)	Distancia entre la localidad y la Cabecera del Dpto.(2)	Distancia entre la localidad y Santa Fe (capital) (2)	¿Es Municipio o Comuna? (3)	¿Presenta específica turismo? (4)	área en
Reconquista	70549	Es cabecera	325	Municipio	Dirección de Turismo	
Avellaneda	23341	3 km a Reconquista	322	Municipio	Área dentro de la Sec. de la Producción	
Villa Ana	3382	78 km a Reconquista	439	Comuna	Comisión Comunal	
Villa Ocampo	15037	86 km a Reconquista	424	Municipio	Dirección de Turismo	
Las Toscas	12075	104 km a Reconquista	441	Municipio	Secretaría de Turismo	
Villa Guillermina	4937	130 km a Reconquista	471	Comuna	Comisión Comunal	
Florencia	7868	138 km a Reconquista	465	Municipio	Área dentro de la Sec. de Producción	
Vera	20.509 .	Es cabecera	256 Km.	Municipio	NO	
Malabrigo	10.049	43 Km a Reconquista	289 Km	Municipio	NO	
Villa Minetti	5.698	86 Km a Tostado	425 Km	Comuna	Tiene un espacio dentro de la comuna pero no pertenece a la misma.	
Tostado	14.582	Es cabecera	330 Km	Municipio	NO	
Fortín Olmos	3.316	70 Km. a Vera	326 Km	Comuna	NO	
Garabato	1.882	60 Km a Vera	312 Km	Comuna	NO	
Intiyaco	1.690	92 Km a Vera	354 Km	Comuna	NO	
Golondrina	883	106 Km a Vera	368 Km	Comuna	NO	
Cañada Ombu	633	135 Km a Vera	386 Km	Comuna	NO	

Los Amores	1.329	161 Km a Vera	411 Km	Comuna	NO
La Gallareta	2.902	35 Km a Vera	259 Km	Comuna	NO
Calchaqui	11.021	51 Km a Vera	210 Km	Municipio	Área específica
Margarita	4.347	28 Km a Vera	229 Km	Comuna	NO
Tartagal	1.961	114 Km a Vera	386 Km	Comuna	NO
Arroyo Ceibal	1.305	55 Km a Reconquista	392 Km	Comuna	NO

(1) Fuente: Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2010.

(2) Aclaración: las distancias entre localidades y cabeceras de depto. y entre localidades y Santa Fe, son las distancias más cortas que en algunos casos incluyen caminos de tierra o mejorados.

(3) Fuente: base de datos de la Provincia de Santa Fe recuperada del portal: <https://www.santafe.gov.ar/>

(4) Relevamiento propio.

1.2. Entrevistas presenciales con referentes locales (a través de un cuestionario semi-estructurado)

Para la aplicación del dispositivo de relevamiento, se pautaron 17 visitas y entrevistas previamente acordadas con los referentes turísticos locales o responsables de área gubernamental vinculada al turismo.

Paralelamente se relevaron, en terreno, los servicios turísticos referenciados.

Como resultado de este proceso de relevamiento, en el que se aplicaron más de 119 entrevistas (ver Anexo VI), en modalidad presencial o digital, se identificaron en total 205 referencias: hitos culturales o naturales, eventos y fiestas populares, prestadores de servicios turísticos específicos (ver anexo VII). Entre ellas:

- 35 actores y referentes de gobierno relevados (responsables de área turística formales o no formales, referentes turísticos de asociaciones civiles o promotores turísticos zonales).
- 56 servicios de hospedaje (hoteles, campings, cabañas, hostales) identificados en la etapa de relevamiento. Debido a la dificultad que presentó el contacto directo con los titulares de los establecimientos, se obtuvieron respuestas de 20 locales, en muchos casos el formulario fue respondido por empleados/recepcionistas/encargados.
- 55 prestadores gastronómicos identificados, de los cuales se obtuvo respuesta de 11 establecimientos.
- 20 actores que prestan servicios turísticos complementarios (guía historiador, guía de pesca, guía de observación, guía excursionista, guía de canotaje, transporte de pasajeros).
- 19 Museos, Centros Culturales y Bibliotecas de los cuales se obtuvo respuesta en 13 de ellos.
- 5 instituciones vinculadas a la organización y difusión de eventos turísticos, talleres, circuitos regionales.

La aplicación del dispositivo semi-estructurado, tuvo un alto índice de aceptación, salvo en contados casos, de encuentros que debieron ser reprogramados, los actores se hallaron bien predispuestos a la convocatoria. Las reuniones con los actores relevantes permitió derivar más de 110 entrevistas a actores más específicos dentro de la oferta turística, los cuales aún cuando fueron contactados sin previo aviso, ofrecieron abundante información y en muchos casos se abrieron a mostrar el servicio y/o su propia oferta turística. Observamos que un gran número de actores no tiene una especialización o profesionalización turística, devienen de asumir proactivamente y participar en éste ámbito como derivación de sus responsabilidades como actores de gobierno (por ejemplo dentro del área de producción comunal o municipal) o promueven desde sus espacios de fomento cultural el desarrollo turístico. La experiencia es la convalidación formativa de sus perfiles como actores turísticos, y no su profesionalización desde un plano teórico. Ante la ausencia de agencias de turismo receptivo, los actores hacen las veces de anfitriones turísticos y prestadores del mismo, agotándose en la misma persona distintos perfiles (promotor turístico gubernamental, agente privado y prestador del servicio, a modo de ejemplo se observó esa situación en localidades como: Villa Ana, Villa Minetti, Villa Guillermina, Tartagal, Intiyaco y Los Amores. Para visualizar imágenes de las entrevistas con los actores (Ver anexo VIII).

1.3. Procesamiento de datos - Resultados

A partir del relevamiento realizado, se procesaron los datos (Ver Anexo IX al Anexo XIV), con el fin de obtener información que permita medir y evaluar qué componentes y variables conforman las capacidades turísticas de las localidades relevadas.

De este modo, se logró cuantificar la información cualitativa relevada y obtener parámetros medibles y comparables (Ver Anexo XV). Este procesamiento de la información posibilitó obtener el Producto 1 del presente proyecto: el Mapa de Capacidades Turísticas de cada localidad y departamento relevados.

En las páginas siguientes (Figuras V-XVIII) se presentan los mapas de capacidades turísticas de cada localidad por departamento y elaborados por dimensión:

Figura V: Nivel de desarrollo de atractivos naturales

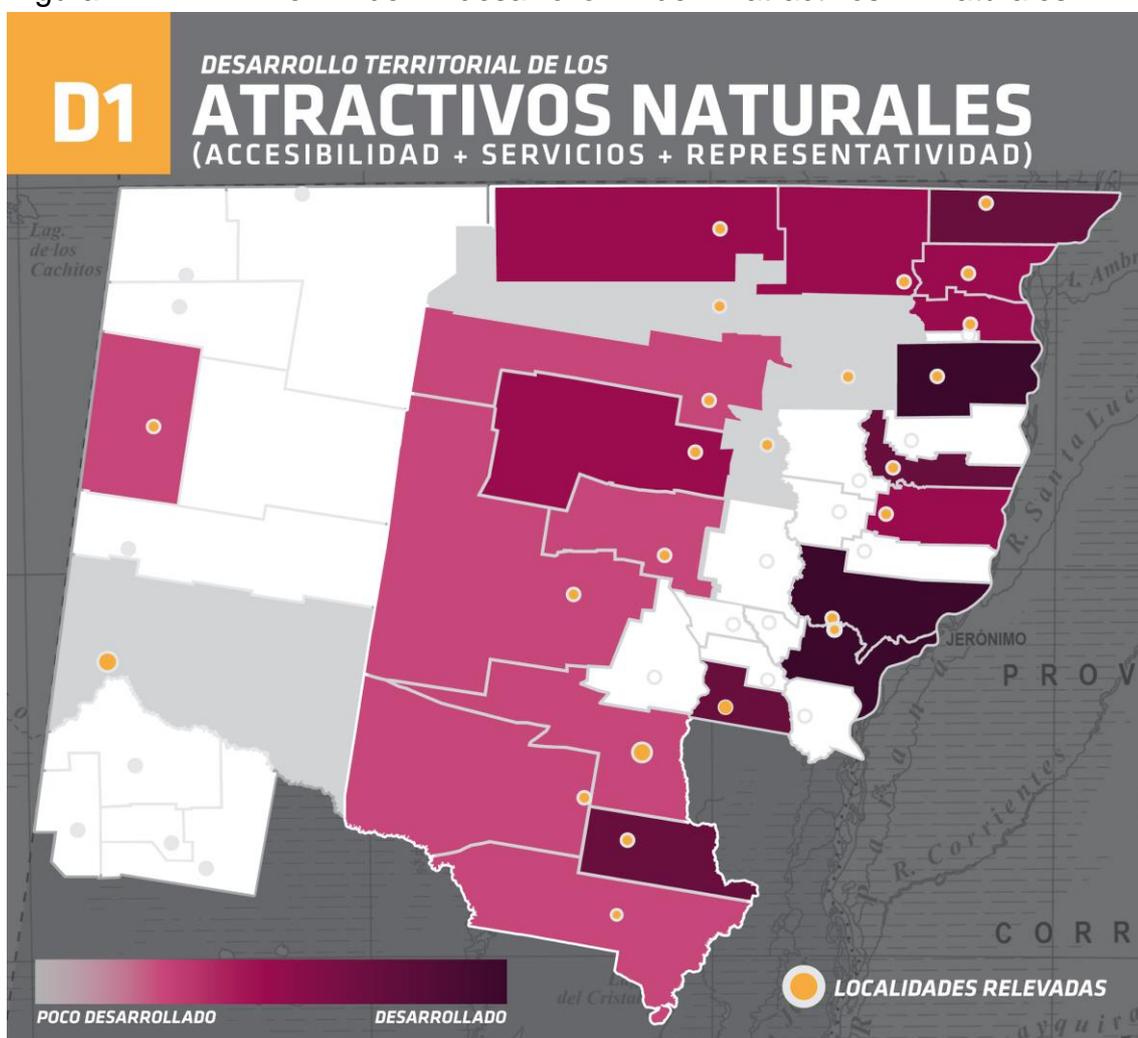


Figura VI : Nivel de desarrollo de atractivos naturales - Recursos forestales

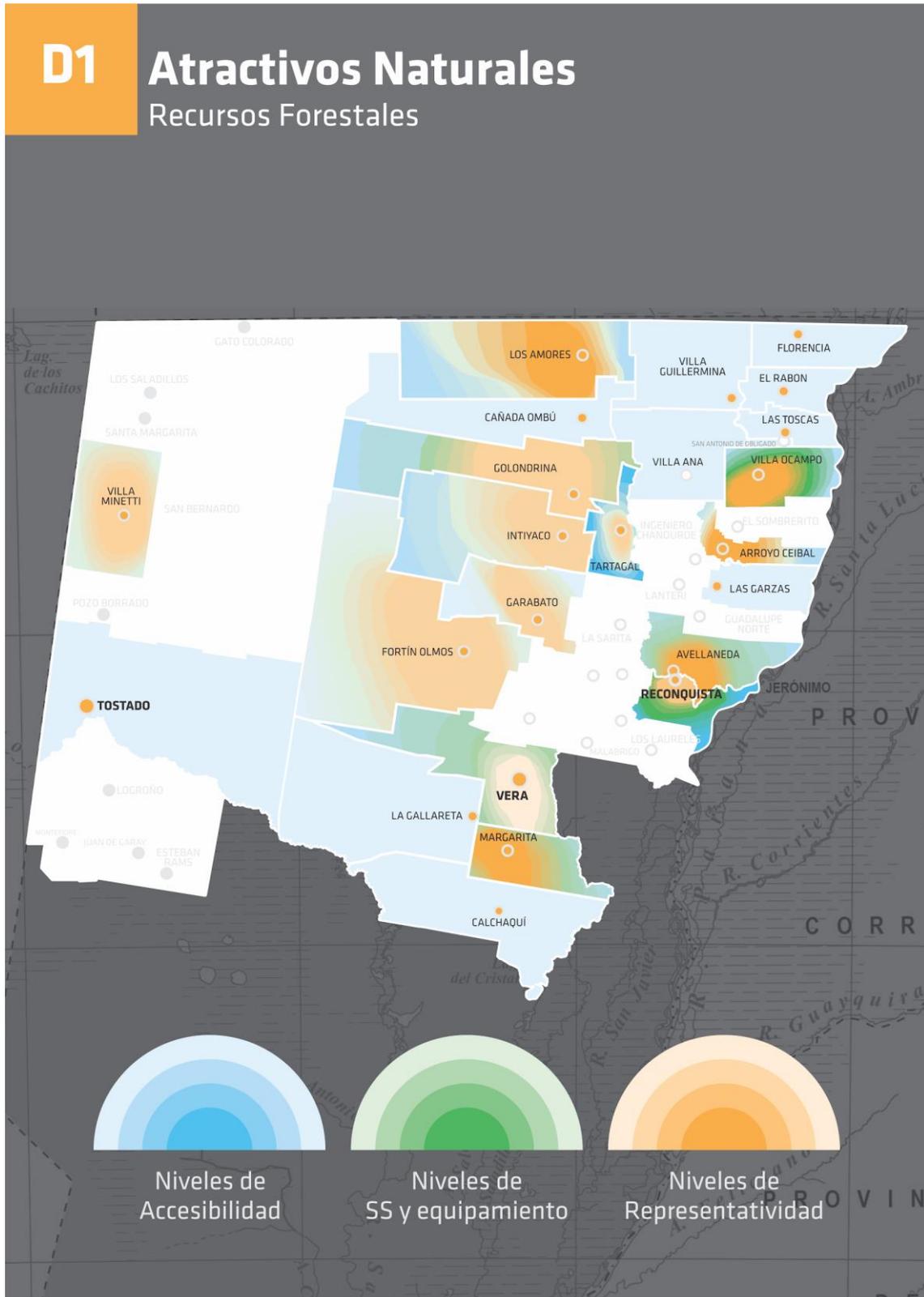


Figura vii: nivel de desarrollo de atractivos naturales - recursos hídricos

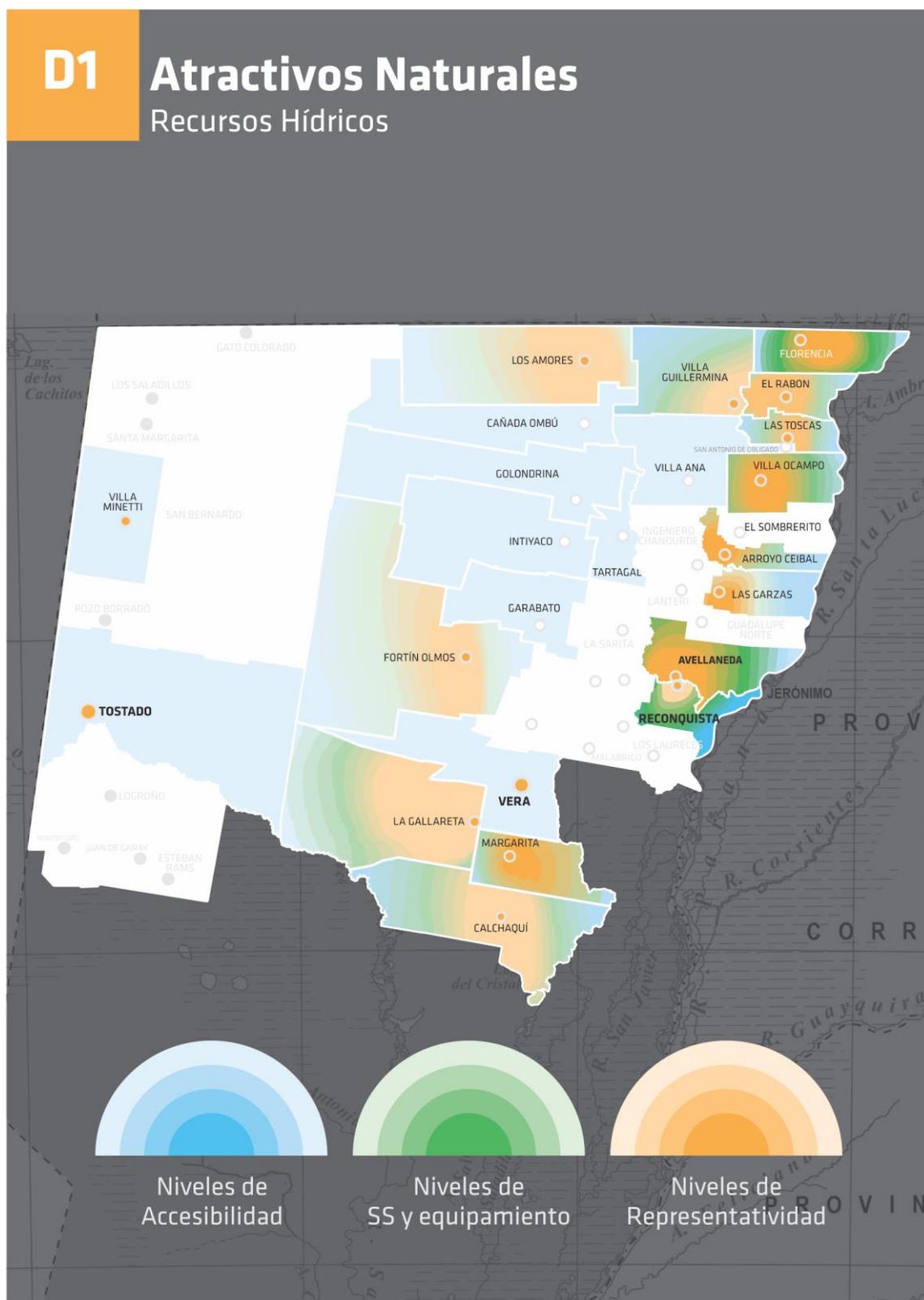


Figura VIII: Nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales

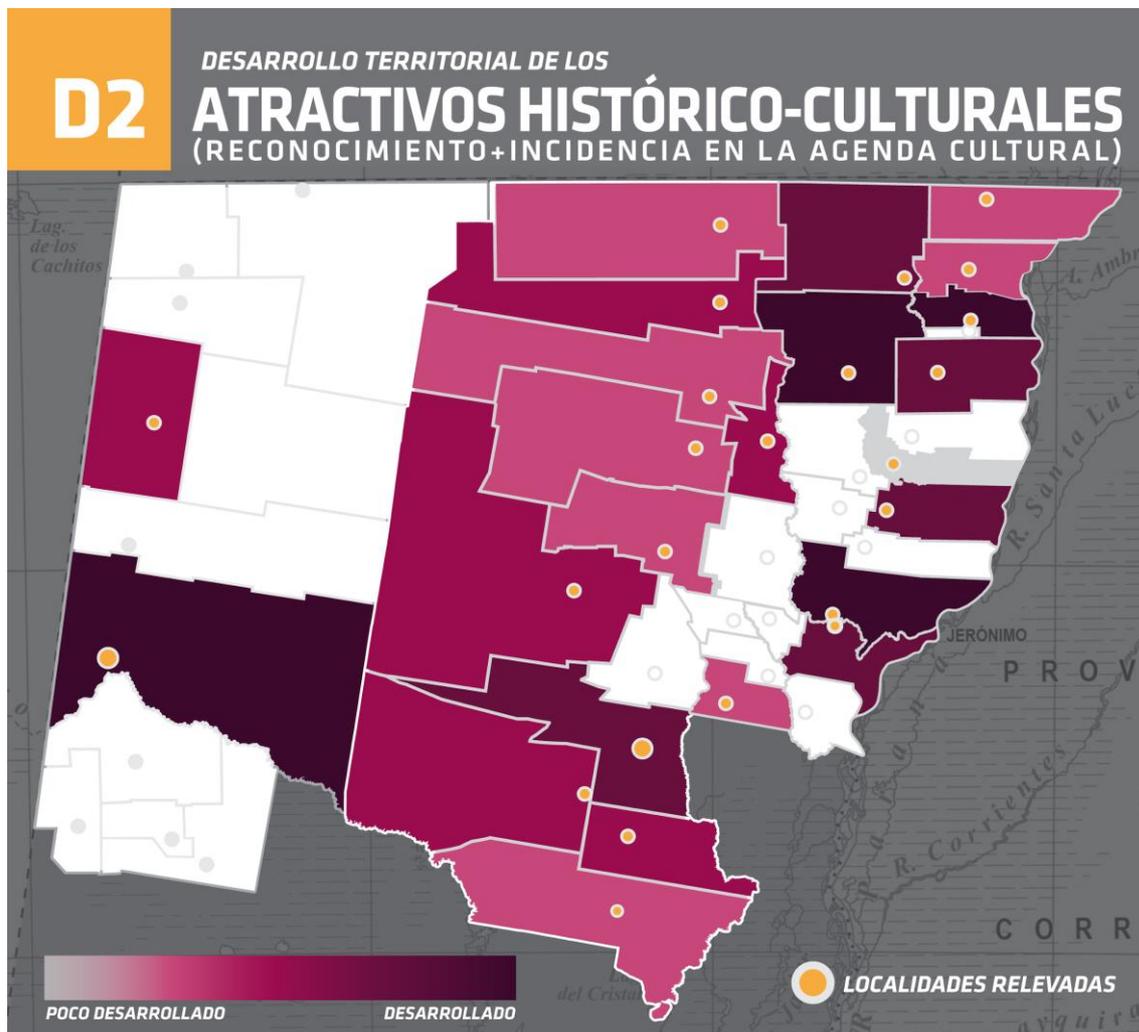


Figura vix: Nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales - folklore

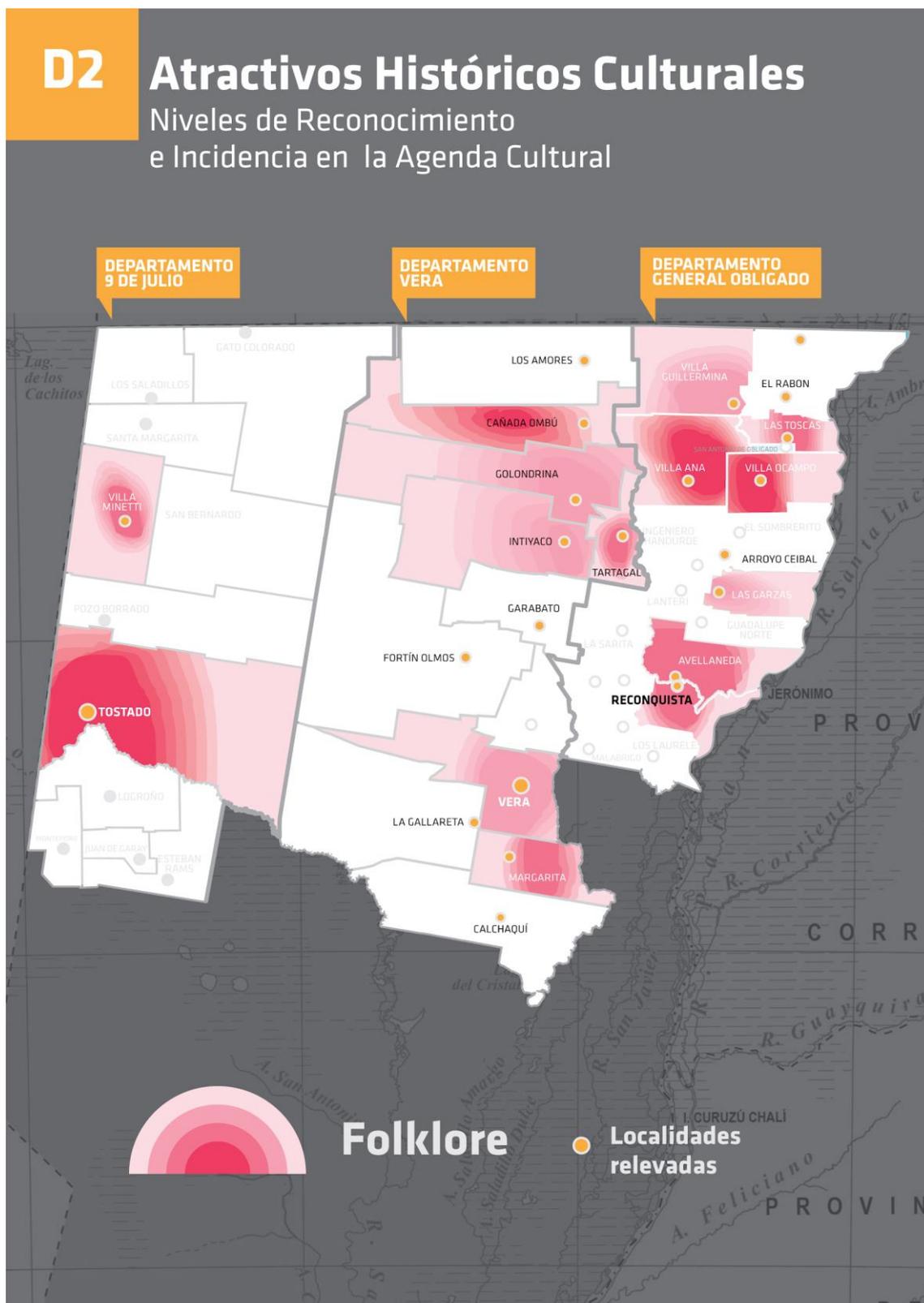


Figura x: Nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales - museos y manifestaciones culturales históricas

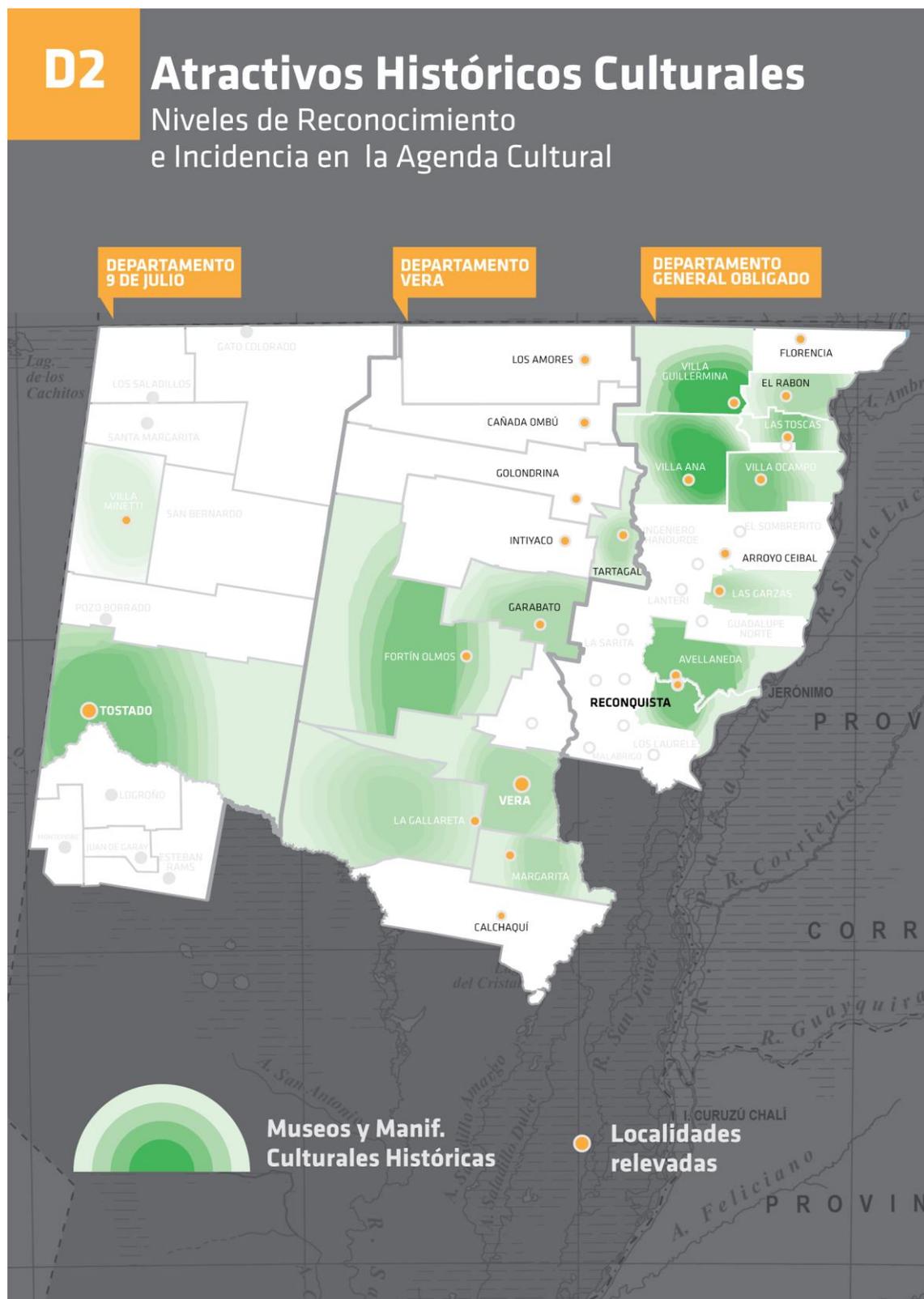


Figura xi: Nivel de desarrollo de los atractivos históricos culturales - eventos

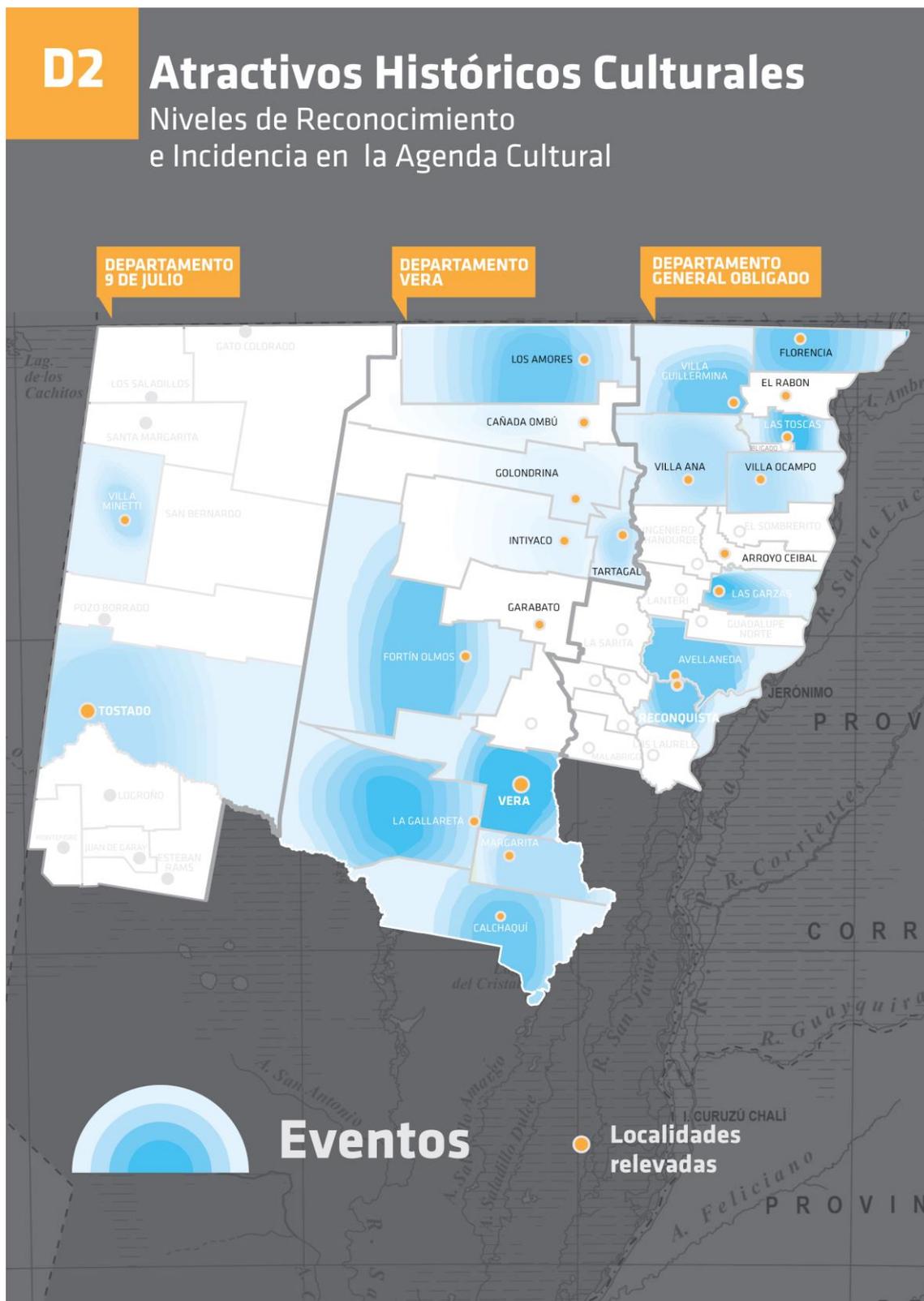


Figura xii: Nivel de desarrollo de la planta turística

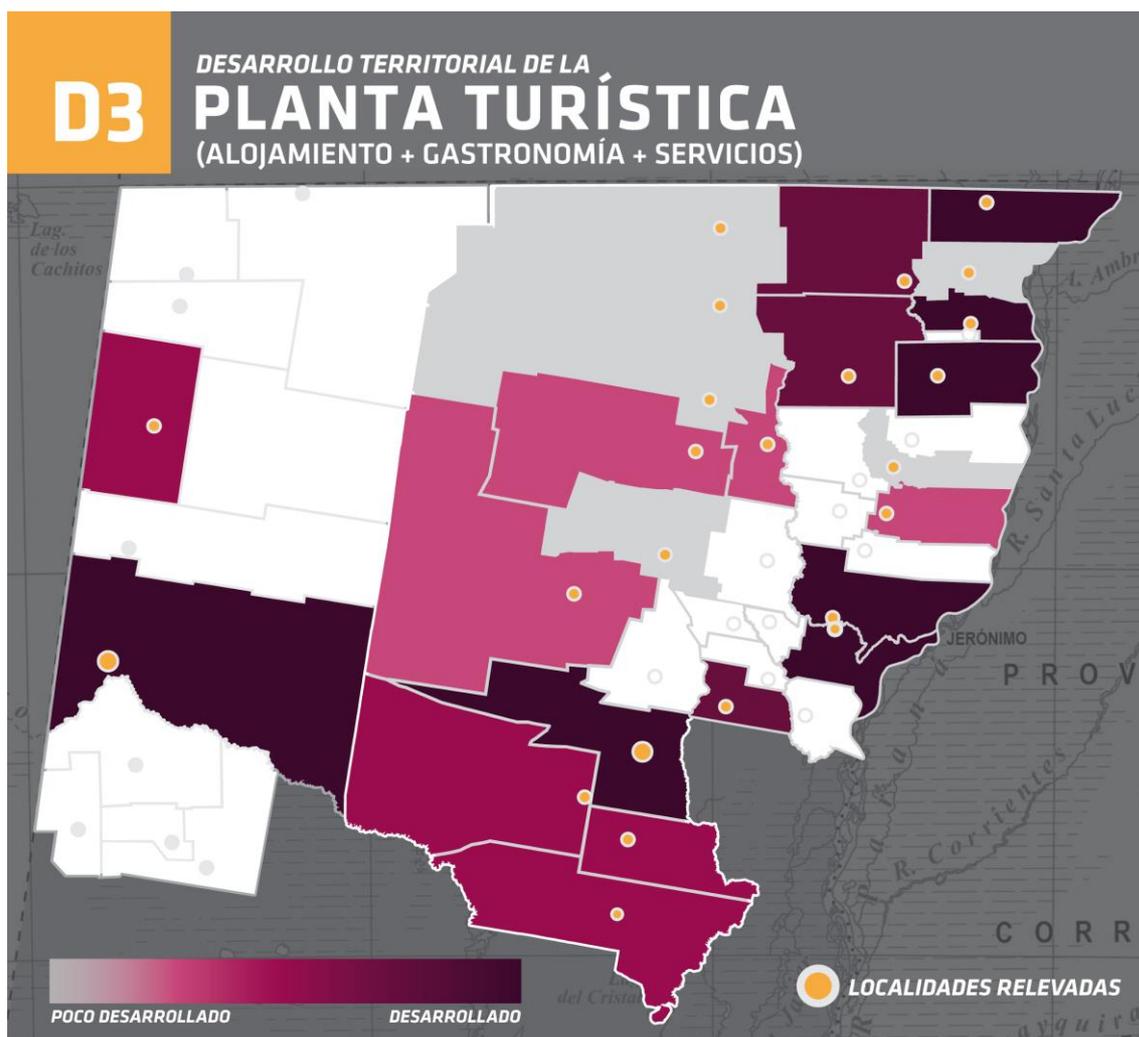


Figura xv: Nivel de desarrollo de la planta turística - servicios

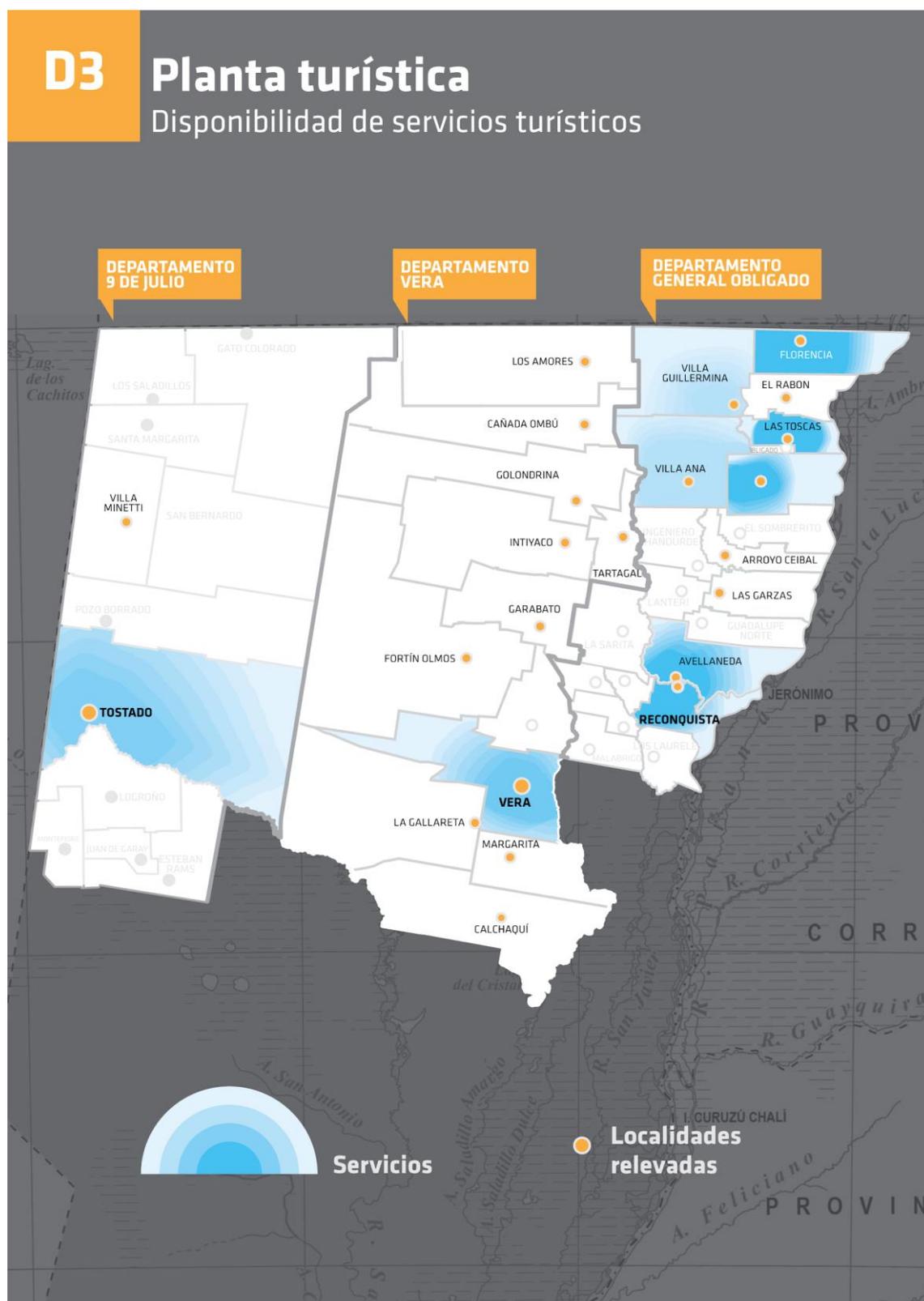


Figura xvi: Nivel de accesibilidad

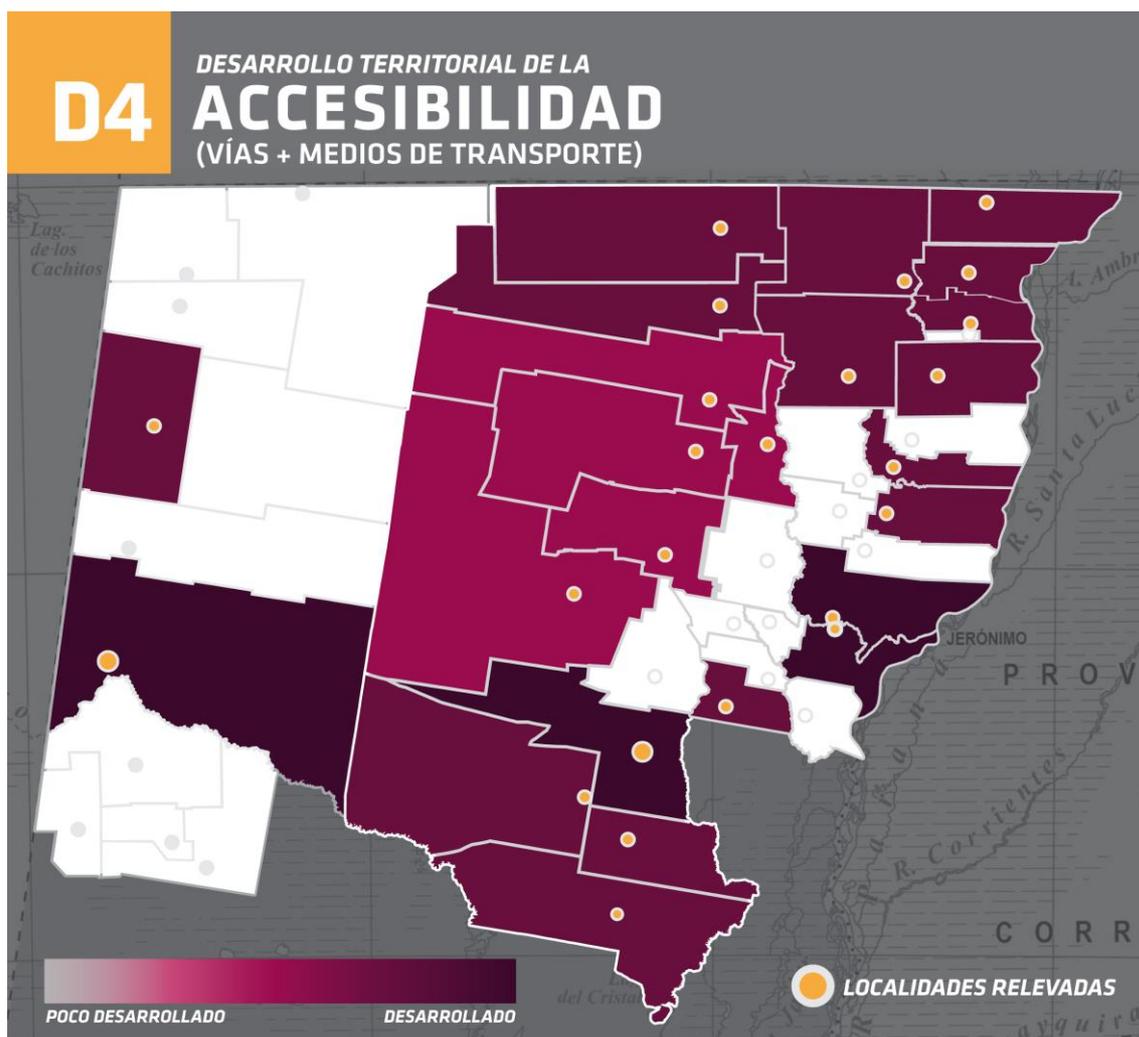


Figura xvii: Nivel de accesibilidad - medios de transporte

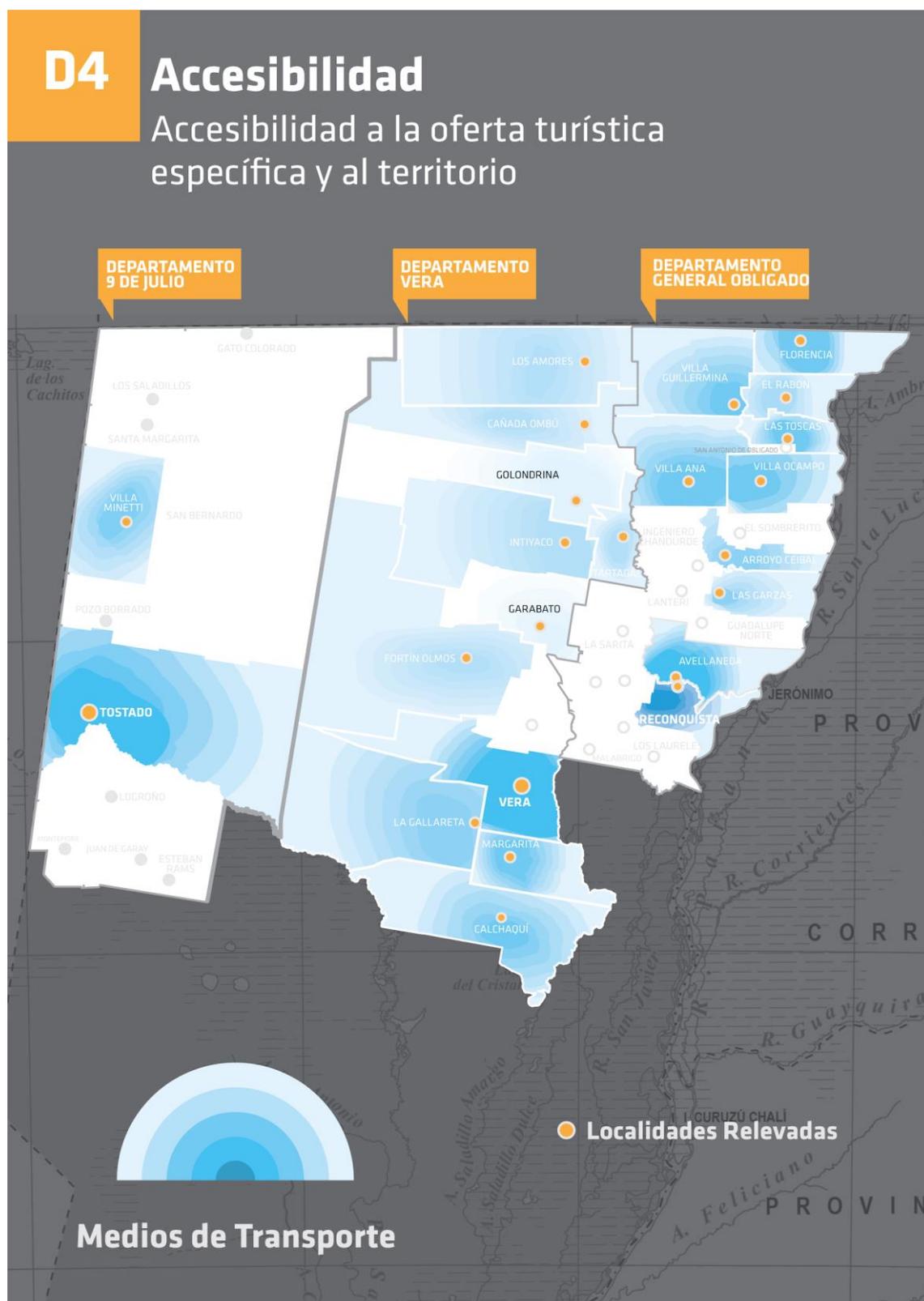


Figura xviii: Nivel de institucionalidad

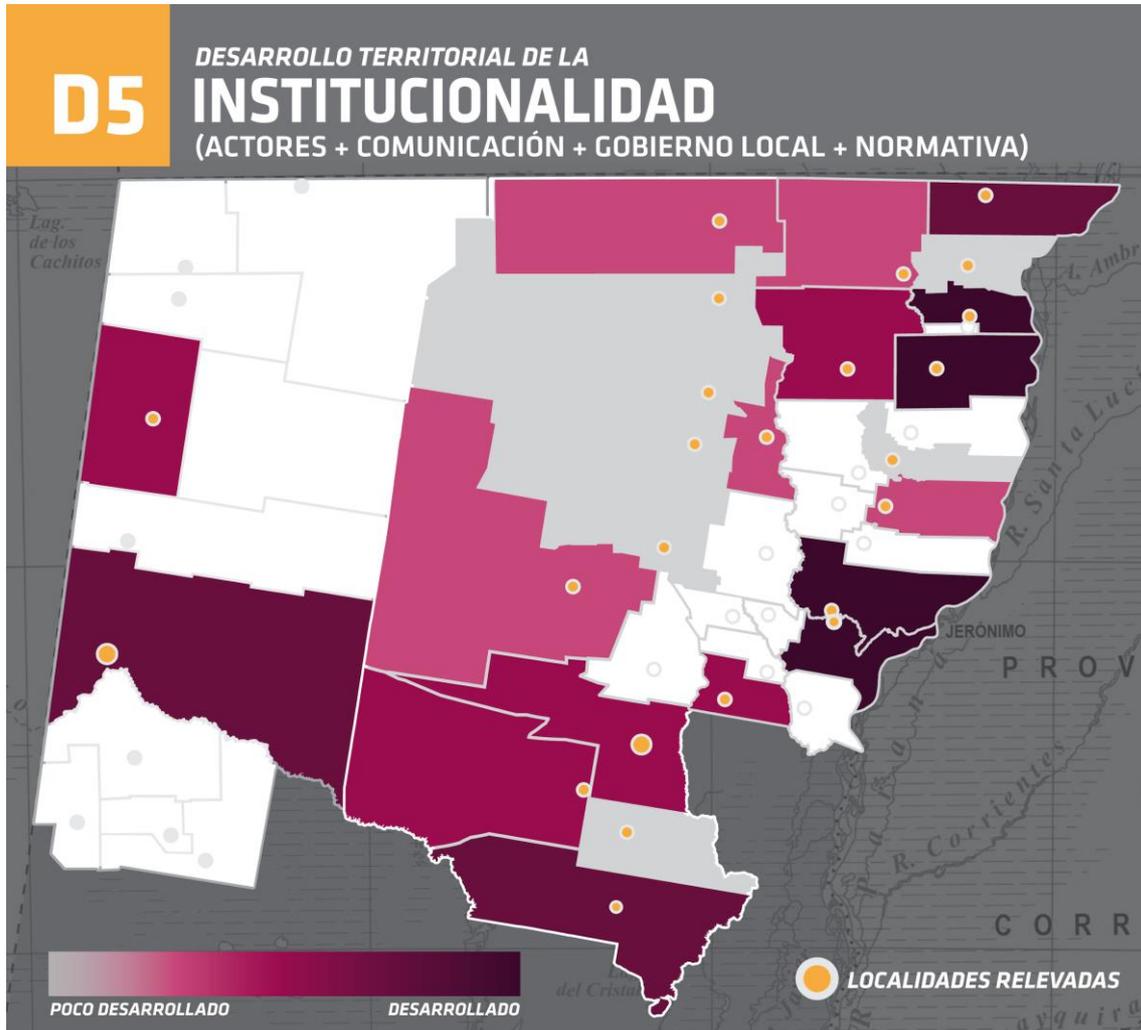


Figura xix: Nivel de institucionalidad - gobierno local

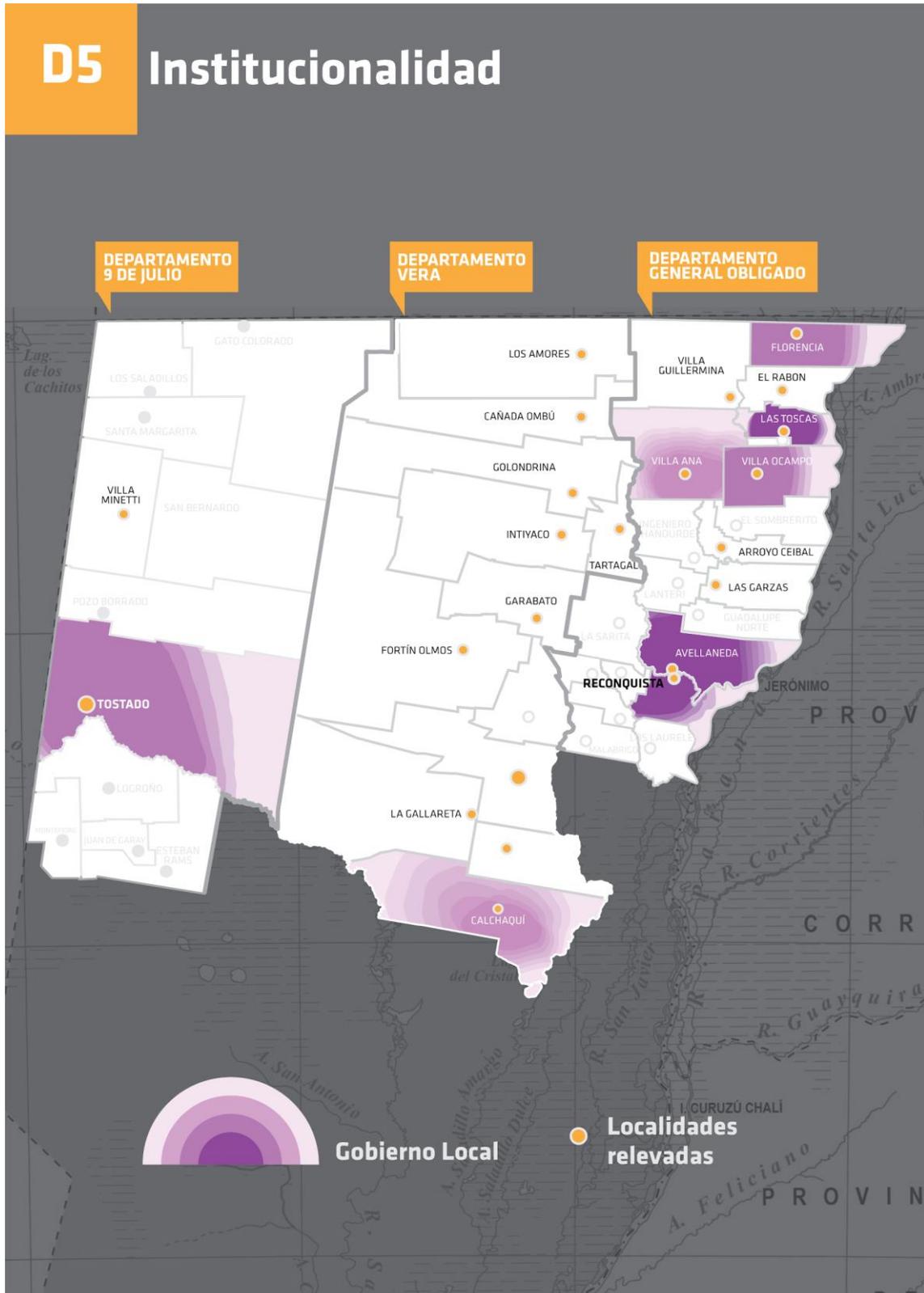
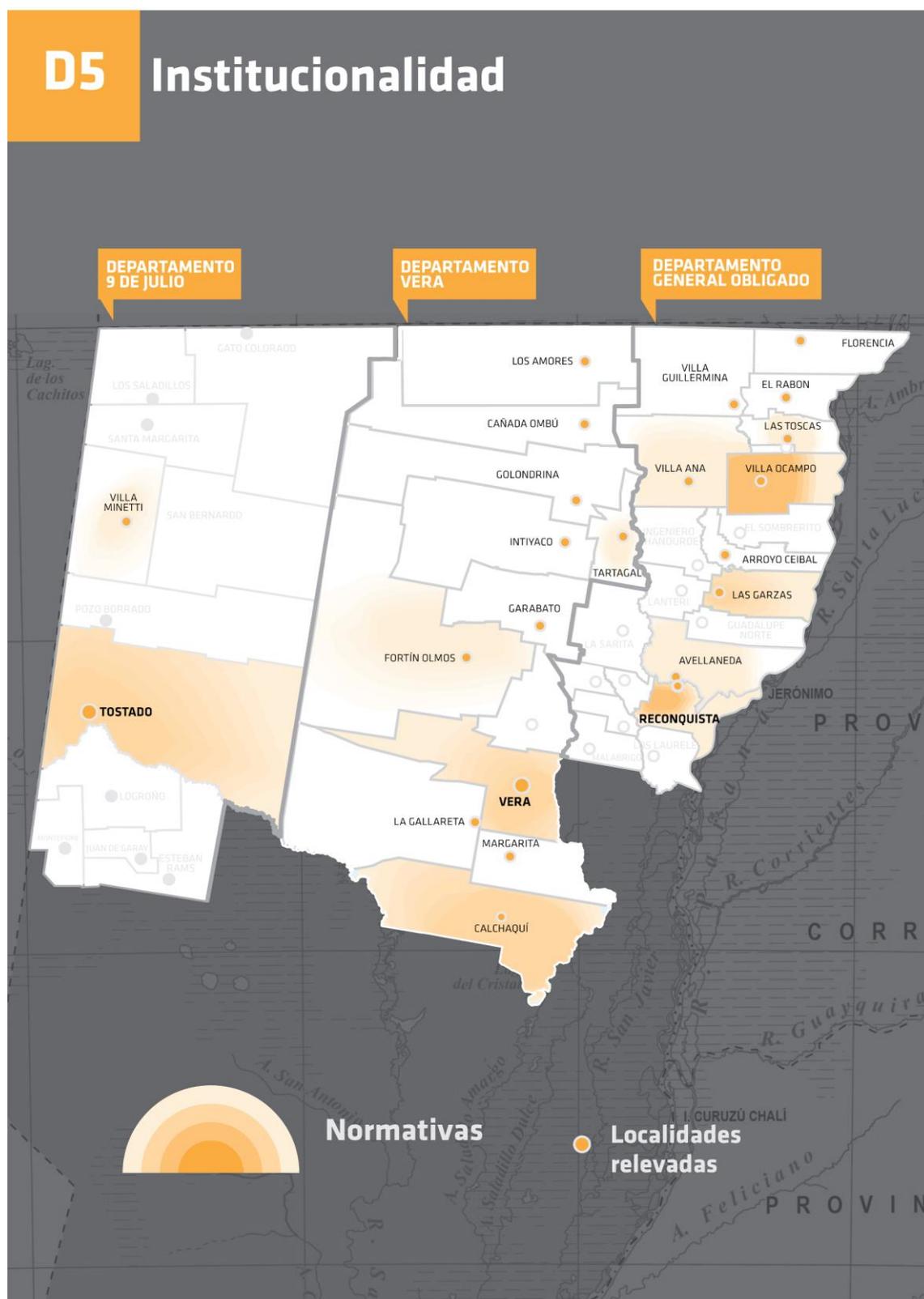


Figura xxii: Nivel de institucionalidad - normativas

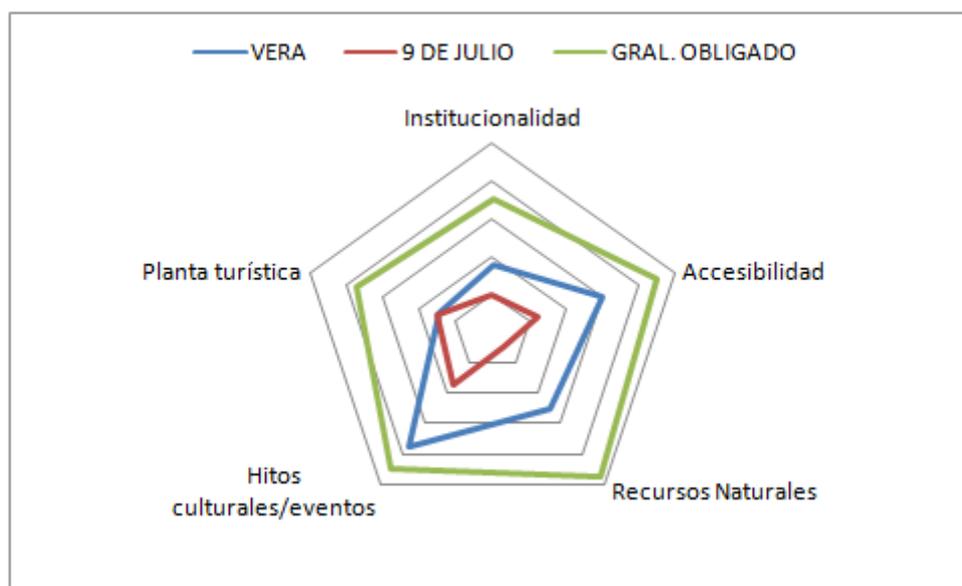


Los mapas presentados pretenden visualizar los diferentes niveles de desarrollo de las variables que conforman las dimensiones analizadas en cada localidad, evidenciando cuáles son las fortalezas y debilidades presentes en el territorio.

Las dimensiones de capacidad también pueden analizarse por departamento, como se muestra en la Figura XXIII presentada a continuación. Este recorte territorial por departamentos resulta de gran utilidad para el análisis de los perfiles turísticos de los departamentos y habilita el armado de los circuitos y recorridos en función de las capacidades disponibles.

Del análisis se desprenden los distintos niveles de desarrollo de los departamentos entre sí, siendo el departamento 9 de julio el que expone menos desarrollo mientras que el departamento General Obligado el más desarrollado. Si nos adentramos en las distintas dimensiones estudiadas vemos que en líneas generales, la institucionalidad para el desarrollo es la dimensión que presenta menores niveles de desarrollo en general en los tres departamentos en relación al resto de las dimensiones. Por otra parte se observa que, la dimensión accesibilidad, va reduciendo su nivel de desarrollo si recorremos el territorio hacia el noreste. Además la dimensión de atractivos histórico culturales también se encuentra desarrollada en los tres departamentos, mientras que la dimensión atractivos naturales está muy desarrollada en General Obligado y Vera y escasamente desarrollada en 9 de Julio. Por último, la dimensión planta turística también presenta un desarrollo desigual en los tres departamentos, presentando mayor desarrollo en Gral Obligado y menores niveles en Vera y 9 de Julio.

Figura XiX: Desarrollo de las distintas dimensiones por departamento



Resultados complementarios

Se obtuvieron como resultados complementarios del procesamiento:

1. Inventario de recursos turísticos básicos

Tabla vii: inventario de recursos turísticos básicos

Departamento	Atractivo	Localización
9 De Julio	Reserva Isleta Linda	Distrito San Bernardo
9 De Julio	Laguna La Verde	Tostado
9 De Julio	Fiesta Del Salado	Tostado
9 De Julio	Fiesta De La Torta Asada	Tostado
9 De Julio	Camping Municipal	Tostado
9 De Julio	Museo Histórico Regional Galeano	Tostado
9 De Julio	Establecimiento Raihue	Villa Minetti
9 De Julio	Estancia Los Chañarcitos	Villa Minetti
9 De Julio	Establecimiento El Desafío	Villa Minetti
9 De Julio	Festival Provincial Del Ternero	Villa Minetti
General Obligado	Campeonato Zonal Enduro Cross Del Norte Santafesino	Autódromo Reconquista
General Obligado	Festival Del Nea	Avellaneda
General Obligado	Torneo De Mora Colonia Avellaneda	Avellaneda
General Obligado	Fiesta Regional De La Raviolada	Avellaneda
General Obligado	Maratón Desafío Jaaukanigás	Avellaneda
General Obligado	Fiesta Del Agricultor	Avellaneda
General Obligado	Motoencuentro Los Templarios	Avellaneda
General Obligado	Fiesta De La Arena Blanca	Camping Malabrigo - Arenas Blancas
General Obligado	Baile De Campo	Club Avellaneda Oeste Avellaneda
General Obligado	Baile De Carnaval	Club Barrio Norte Avellaneda

General Obligado	Festival Provincial De Nuestro Canto	Club Cañeros De Moussy Avellaneda
General Obligado	Torneo De Mora Colonia Avellaneda	Club Santa Ana Avellaneda
General Obligado	Las Toscas Rock	Club Social Las Toscas
General Obligado	Centro De Visitantes Ramsar Jaaukanigás	Estación De Colectivos, Avellaneda
General Obligado	Sitio Ramsar Jaaukanigas	Florencia
General Obligado	Aniversario De La Ciudad De Florencia	Florencia
General Obligado	Holi Colors - Fiesta De Verano	Florencia
General Obligado	Corsos - Comparsa Samba Show	Florencia
General Obligado	Carnavales - "Tupa Arasy"	Guadalupe
General Obligado	Museo Flor De Oro	Lanteri, Paraje Flor De Oro, Ruta Pcial N° 31
General Obligado	"Garza Show" Carnavales	Las Garzas
General Obligado	Museo Arqueológico Municipal De Las Toscas	Las Toscas
General Obligado	Fiesta De La Costa	Las Toscas
General Obligado	Carnavales Las Toscas	Las Toscas
General Obligado	Concurso De Pesca De La Palometa	Las Toscas
General Obligado	Concurso De Pesca Variada	Las Toscas
General Obligado	Peregrinación Acuática De La Virgen	Las Toscas
General Obligado	Camping Arenas Blancas	Malabrigo
General Obligado	Casa Del Fundador De Malabrigo	Malabrigo
General Obligado	Cabaña Apícola El Jardín De Malabrigo	Malabrigo
General Obligado	Avistamiento De Aves	Malabrigo
General Obligado	Fiesta Provincial Del Citrus	Malabrigo
General Obligado	Casa De La Administración Del Ingenio Azucarero Tacuarendí	Museo Histórico Municipal "Aníbal Gregoret", Villa Ocampo

General Obligado	Museo Agrícola Los Gringos	Parque "El Eucaliptal", Villa Ocampo
General Obligado	Aniversario Ciudad De Avellaneda	Plaza De La Ciudad De Avellaneda
General Obligado	Triatlón Ciudad De Reconquista	Puerto De Reconquista
General Obligado	Pesca Embarcada De Mujeres	Puerto De Reconquista
General Obligado	Puerto De Reconquista	Reconquista
General Obligado	Museo Histórico De Reconquista	Reconquista
General Obligado	Museo Municipal De Arqueología Y Paleontología	Reconquista
General Obligado	Museo Municipal De Arte Julio Pagano	Reconquista
General Obligado	Observatorio Astronómico Municipal	Reconquista
General Obligado	Carnavales	Reconquista
General Obligado	Mega Muestra Del Deporte	Reconquista
General Obligado	Concurso Argentino De Pesca Del Surubí	Reconquista
General Obligado	Aniversario Fundacional De Reconquista	Reconquista
General Obligado	Reserva Natural Y Camping Yugo Quebrado	Vera Norte Del Arroyo Los Amores, Villa Guillermina
General Obligado	Casco Histórico	Villa Guillermina
General Obligado	Fiesta Fundacional De Villa Guillermina	Villa Guillermina
General Obligado	Fiesta Provincial Del Caballo	Villa Guillermina
General Obligado	Jineteada - Celebración Fundacional	Villa Guillermina
General Obligado	Festival Chamamecero	Villa Guillermina
General Obligado	Club Ocampense De Caza Y Pesca El Irupé	Villa Ocampo
General Obligado	Fiesta De Los Humedales	Villa Ocampo
General Obligado	Concurso Provincial De Pesca Variada Con Devolución	Villa Ocampo
General Obligado	Fiesta Provincial Del Sol	Romang

Vera	Laguna La Tigra	Accesos Desde Fortín Olmos
Vera	Laguna La Loca	Accesos Por La Localidad Colmena, O Desde Fortín Olmos
Vera	Laguna El Cristal	Calchaquí
Vera	Fiesta Provincial Homenaje Al Peón De Campo	Cañada Ombú
Vera	Sistema De Lagunas Del Arroyo Golondrina	Colmena
Vera	Fiesta Provincial Del Locro	Comuna De Villa Margarita
Vera	Museo Histórico Forestal La Gallareta	La Gallareta
Vera	Reserva Pcial. De Usos Múltiples Lagunas Y Palmares	La Gallareta
Vera	Fiesta Provincial Del Amigo	La Gallareta
Vera	Carnavales - "Arapoty"	Lanteri
Vera	Complejo Estancia Las Gamas	Vera
Vera	Museo Ferroviario "La Fraternidad"	Vera
Vera	Museo De La Ciudad De Vera	Vera
Vera	"El Carnaval De Santa Fe"	Vera
Vera	Forestal Rock	Villa Ana
Vera	Festival Del Quebracho	Villa Ana
Vera	Esteros Mocoví	Villa Ana, Villa Guillermina
Vera	Ruinas De La Forestal - Pueblos Forestales	Villa Ana, Villa Guillermina, Villa Ocampo, Las Garzas, Calchaquí, Tartagal, Etc.

2. Caracterización de la demanda

De los entrevistados, 114 elaboraron un perfil de la demanda turística, en respuesta a 5 dimensiones:

- **Tipo de visitante:** Turista, Excursionista, Trabajo.
- **Lugar de Procedencia:** Local, Santa Fe ciudad, resto de la provincia, provincias limítrofes, otras provincias, otros países.
- **Caracterización de los grupos:** Jóvenes, Familias, Jubilados, Delegaciones deportivas, escolares, académicas, profesionales; otros.
- **Motivo de la visita:** visita a familiares, atractivos turísticos, excursiones o viajes escolares, fiestas o celebraciones religiosas, eventos culturales, eventos deportivos, otros.
- **Accesibilidad:** Automóvil particular; Transfer, Remis, Vans privadas; Avión; colectivo u otros.

El entrevistado debía categorizar dentro de cada dimensión desde el más relevante al menos, pudiendo elegir al mismo nivel de importancia en más de una, o excluir la categoría en caso de no corresponder. Luego el conjunto de respuestas fue sistematizado y ponderado, y como conclusiones visuales surgieron las siguientes figuras (Ver figura xxiv a xxxvii).

Figura xxiv. perfil de la demanda

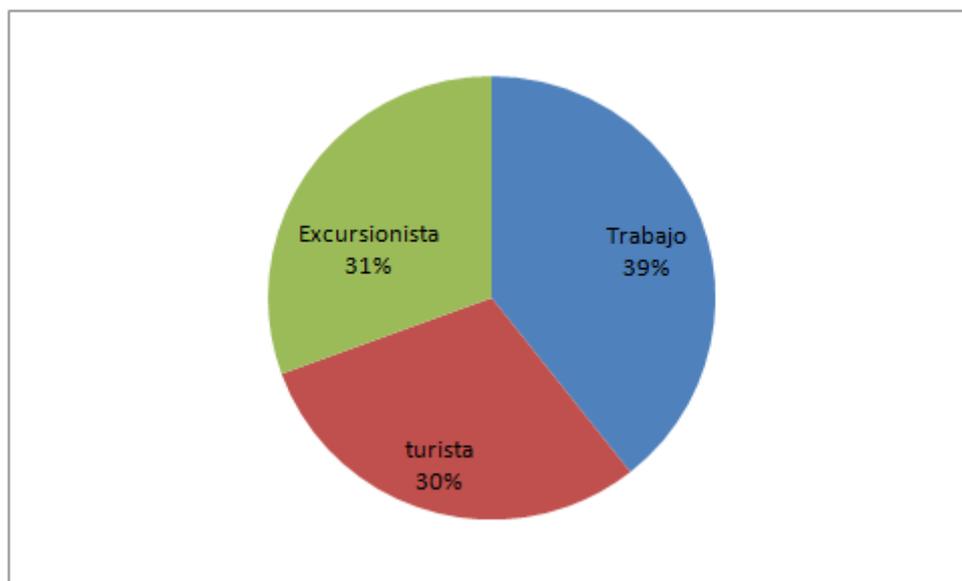


Figura xxv. lugar de procedencia

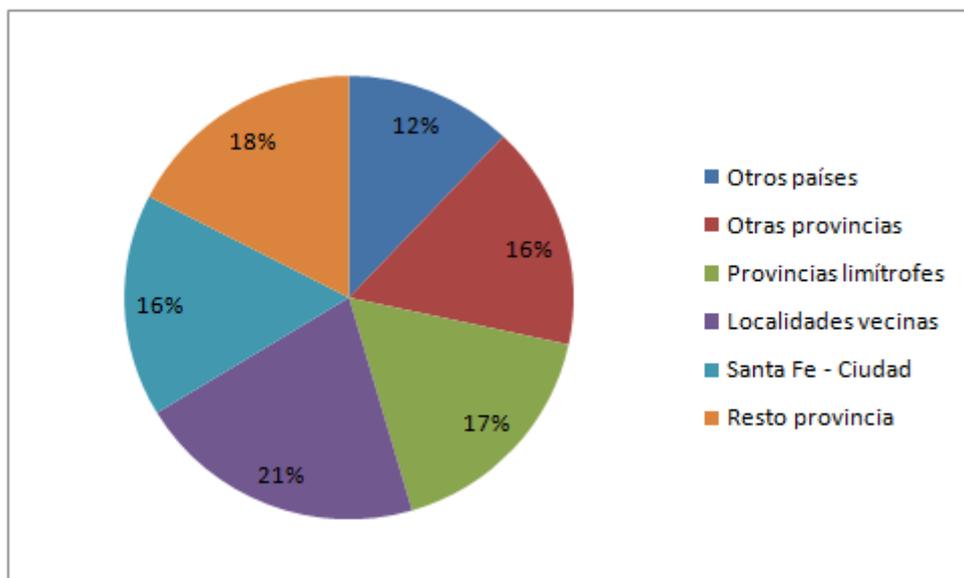


Figura xxvi. tipología del grupo de visitantes

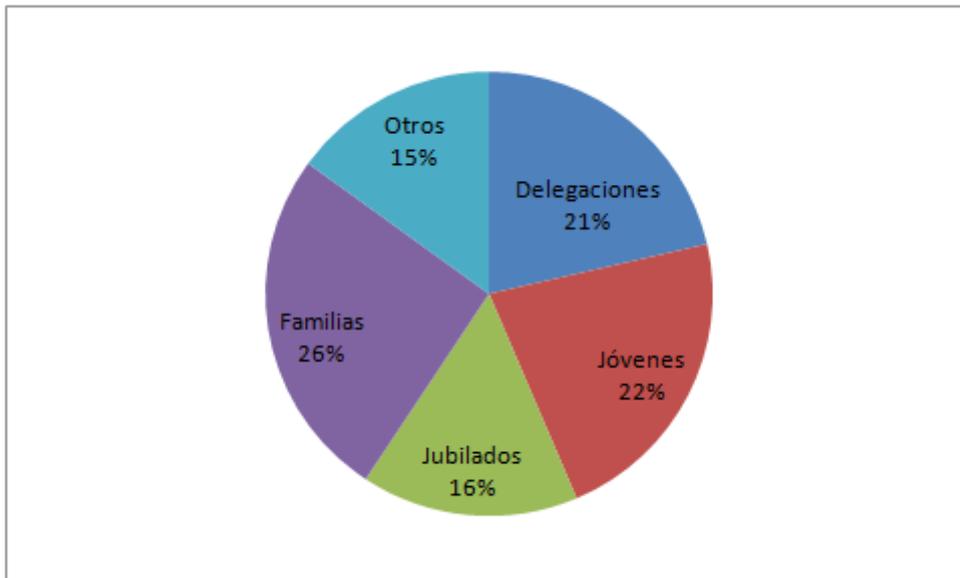


Figura xxvii. accesibilidad

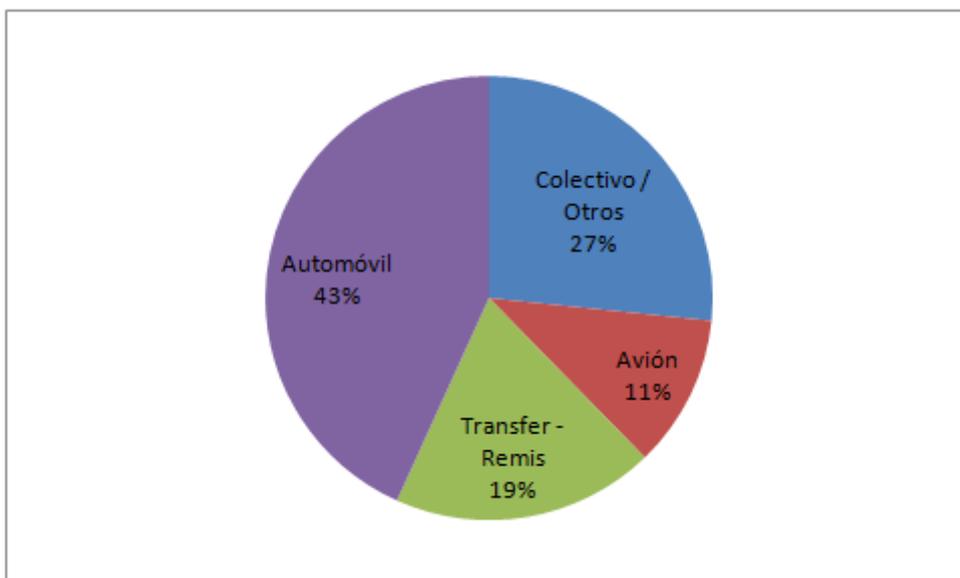
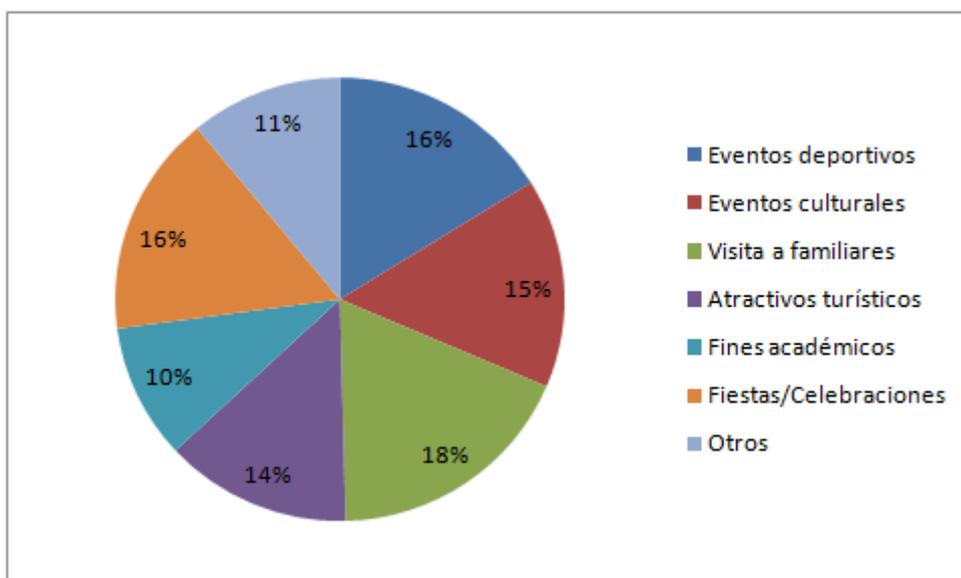


Figura xxviii - motivo de la visita

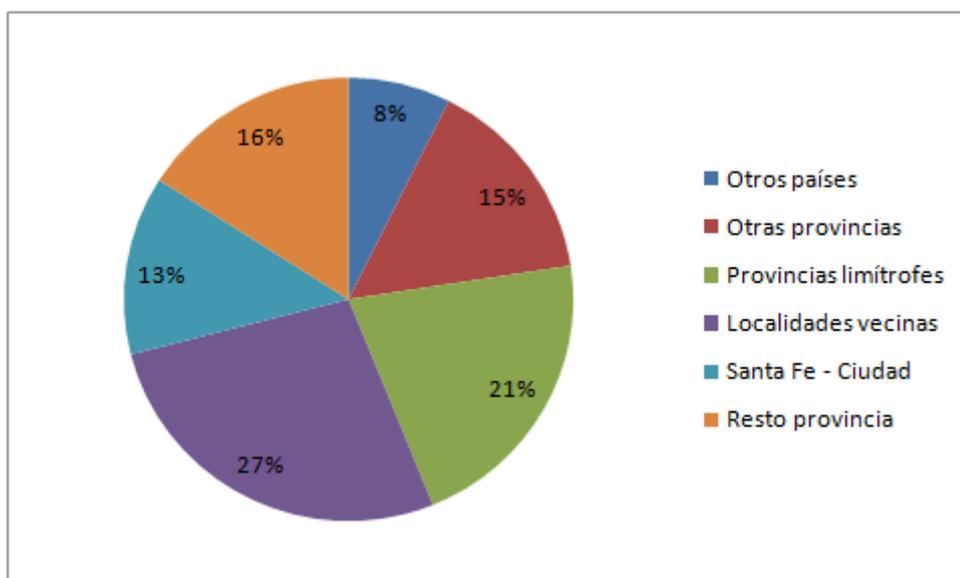


Todas las dimensiones presentan en el norte santafesino una distribución pareja de sus componentes. Sin embargo, cuando nos concentramos en el análisis de la percepción del perfil de la demanda por departamento observamos:

En 9 de Julio...

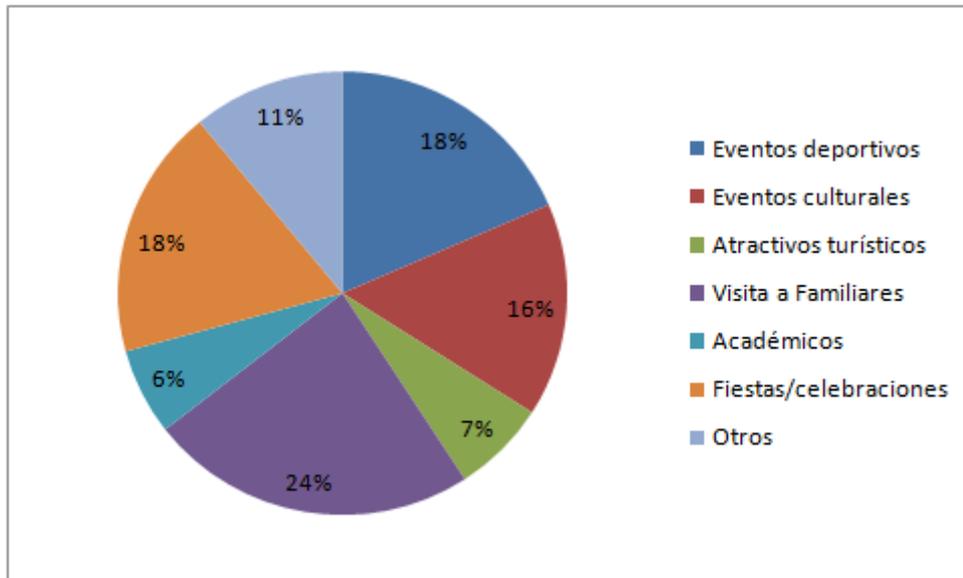
- El 94% considera que el visitante más habitual es aquel que lo hace *por trabajo*, mientras que un 55% de las respuestas indican que el departamento no recibe visitantes con perfil *turístico o excursionista*, siendo la última caracterización del perfil.
- El 48% interpreta que dentro de la demanda es más asidua la presencia de visitantes de *localidades vecinas y otras provincias limítrofes*, antes que de *Santa Fe Ciudad* (concentración urbana más cercana), lo que invita a pensar que el departamento presenta más integración territorial en términos de turismo con el Norte Argentino.

Figura xxix. origen de los visitantes - 9 de julio



- Como principal grupo de visitantes, se han percibido *las delegaciones deportivas, académicas, escolares*, seguidamente *los jóvenes y familias* en una cuantía similar, y finalmente otros. *Los jubilados* para este departamento han quedado relegados al último lugar.
- Es claro el perfil turístico cultural-social del departamento. Aislado la elección del visitante que se considera lo hace *por motivos familiares* (representa la elección más votada con un quinto de veces sobre el total elegida como la más relevante), encontramos que entre *las fiestas, celebraciones, eventos culturales y deportivos* reúnen el 52,2% de las primeras elecciones del universo encuestado.

Figura xxx. motivos de la visita - 9 de julio

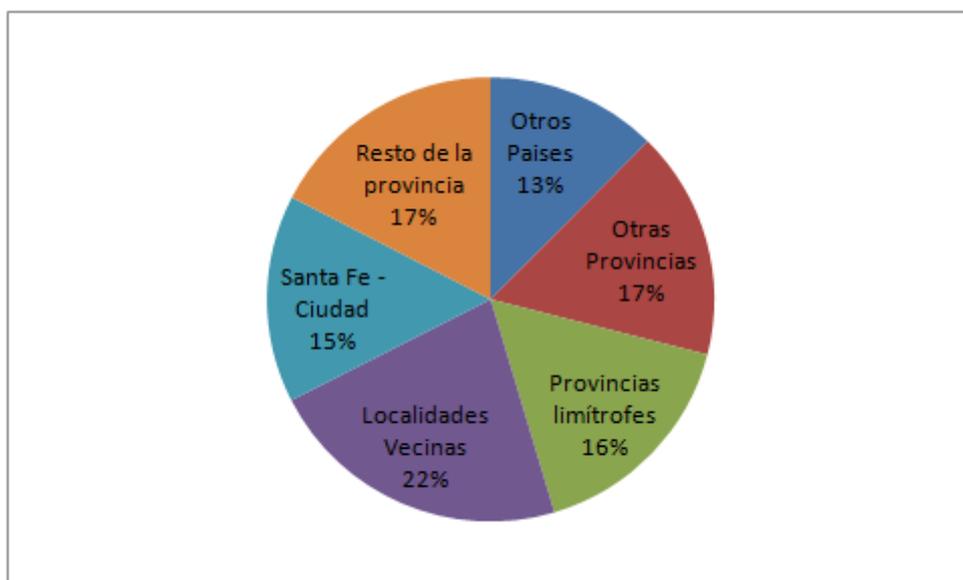


- La accesibilidad a este departamento es coherente con la percepción, el 45,9% accede a través de *automóviles particulares*, un 21% a través de *colectivo* y el resto lo hace por *otros medios o combinación de ellos*.

En General Obligado...

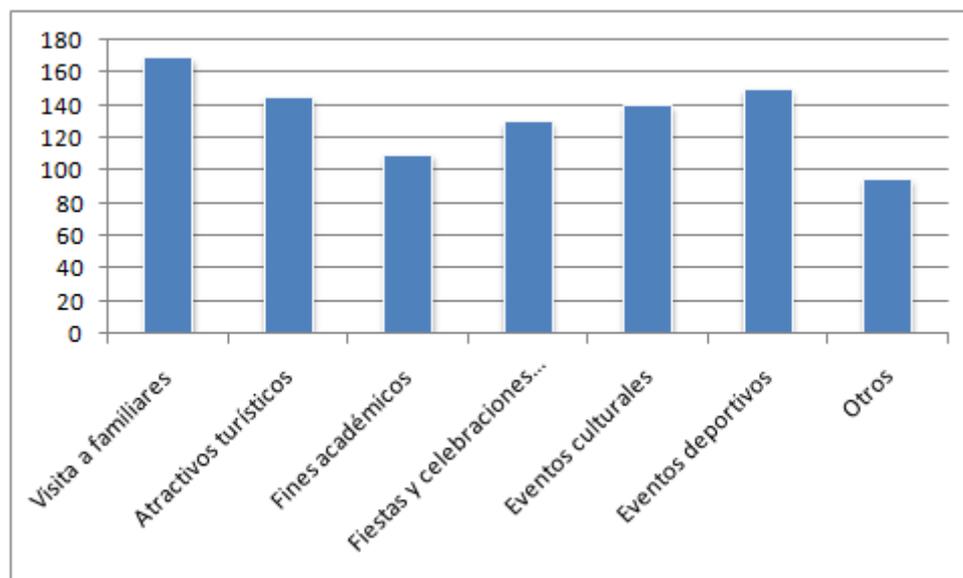
- La representación del perfil del visitante está equilibrada. Los encuestados han concluido que el tipo entre: *Trabajador, Excursionista o Turista*, se distribuye en partes prácticamente iguales (obteniendo la clasificación *Turista* un 1% por encima de de las demás).
- Respecto al origen de los visitantes, la percepción aquí es coherente con el tipo de oferta. Aislado la opción *Localidades Vecinas* que ha sido la más elegida, el resto de las opciones ha sido rankeada de modo tal que en el general del departamento, concluyen en una misma participación, es decir, se observan visitantes de *Santa Fe Ciudad, resto de la provincia, provincias limítrofes y otras* con la misma asiduidad, y unos puntos menos, con una elección 20% menos de veces (igualmente relevante) la visita proveniente de *otros países*.

Figura xxxi. origen de los visitantes - general obligado



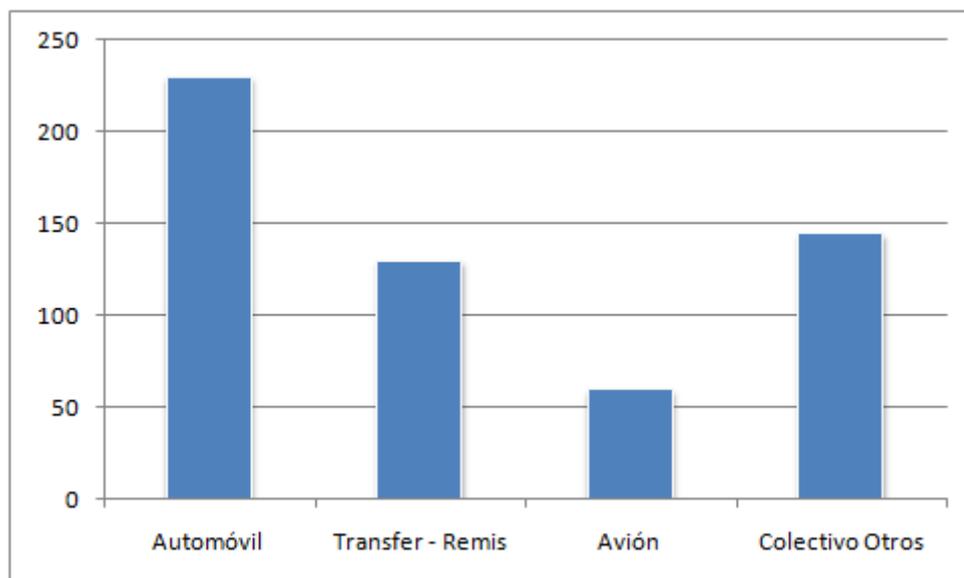
- Son las familias, luego seguidas por grupos de *Jóvenes* y casi en la misma cantidad de elecciones por *delegaciones deportivas, escolares* el tipo de grupo observado por el universo encuestado.
- El perfil de la demanda (aislando las *visitas de familiares*), se presupone motivado por los *eventos deportivos, atractivos turísticos*, y en menor medida, *eventos culturales y fiestas religiosas*.

Figura xxxii. motivo de la visita - general obligado



- Referido a la accesibilidad, los encuestados encuentran como principal medio de acercamiento *el automóvil*, siendo la segunda opción *colectivos, transfers y otros medios de transporte*. Es de destacar la novedosa presencia de la opción *avión* teniendo en cuenta que este servicio comenzó a operar de forma regular desde mediados de 2018 hasta principios de 2019.

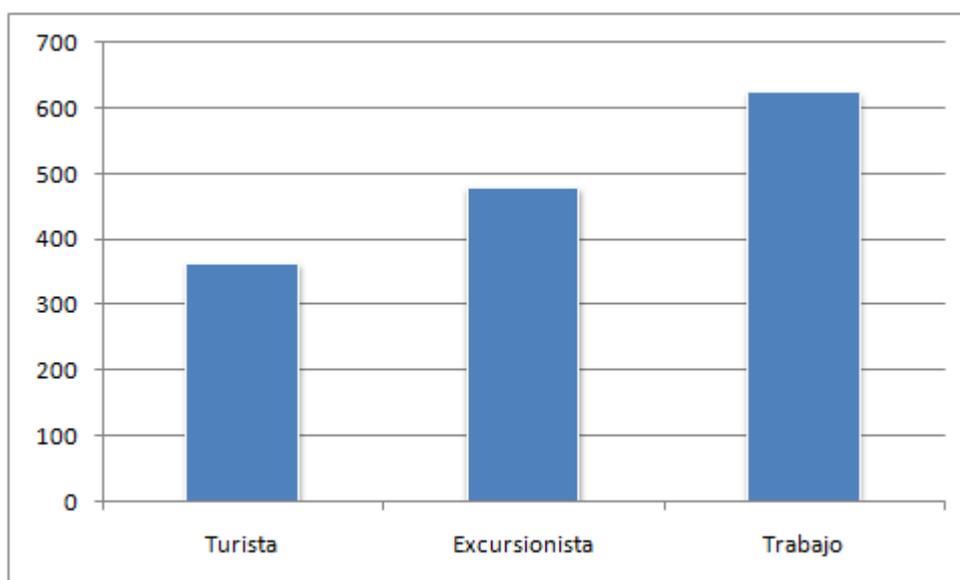
Figura xxxiii. accesibilidad - general obligado



En Vera...

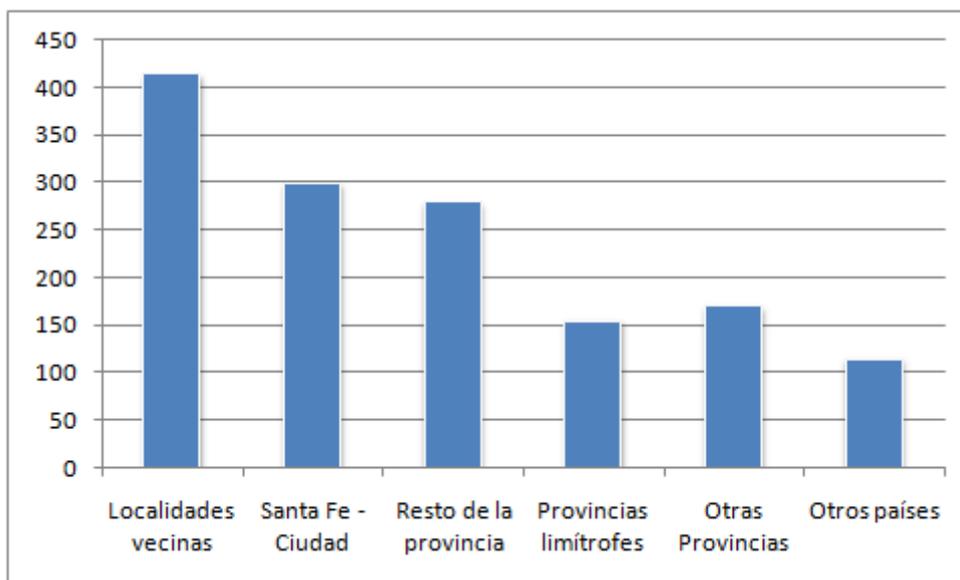
- La representación del perfil del visitante, encierra como principal percepción a aquel que se acerca *por trabajo*, mientras que una segunda opción es la de *excursionista* un 50% de veces mejor categorizada que la tradicional *turista*.

figura xxxiv. perfil del visitante - vera



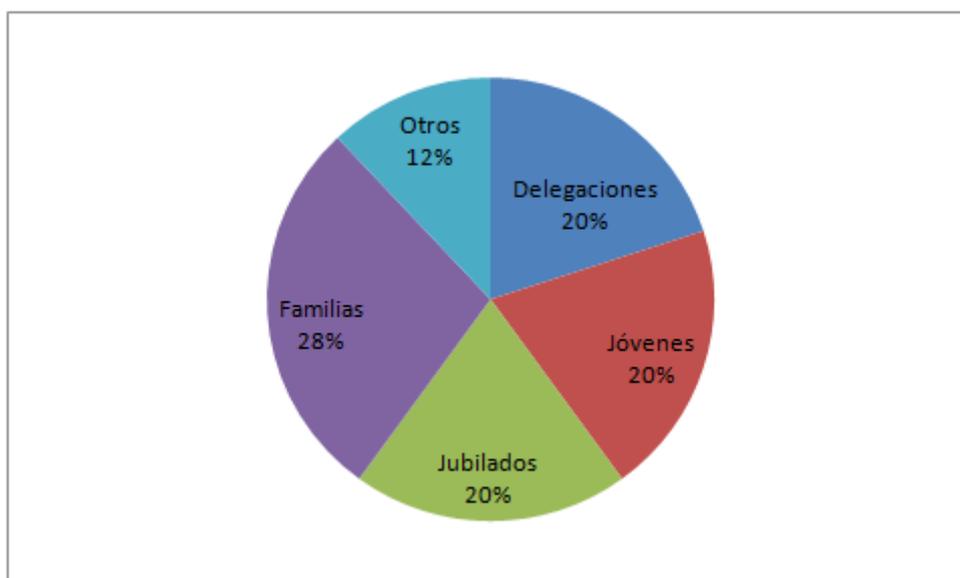
- Al interrogante acerca del origen de los visitantes, en la percepción del universo encuestado, así como en los demás departamentos, prima la visita dentro del territorio, con mayor participación de *visitantes de la ciudad de Santa Fe y del resto de la provincia*, y en mucha menor medida otros orígenes.

Figura xxxv. origen de los visitantes - vera



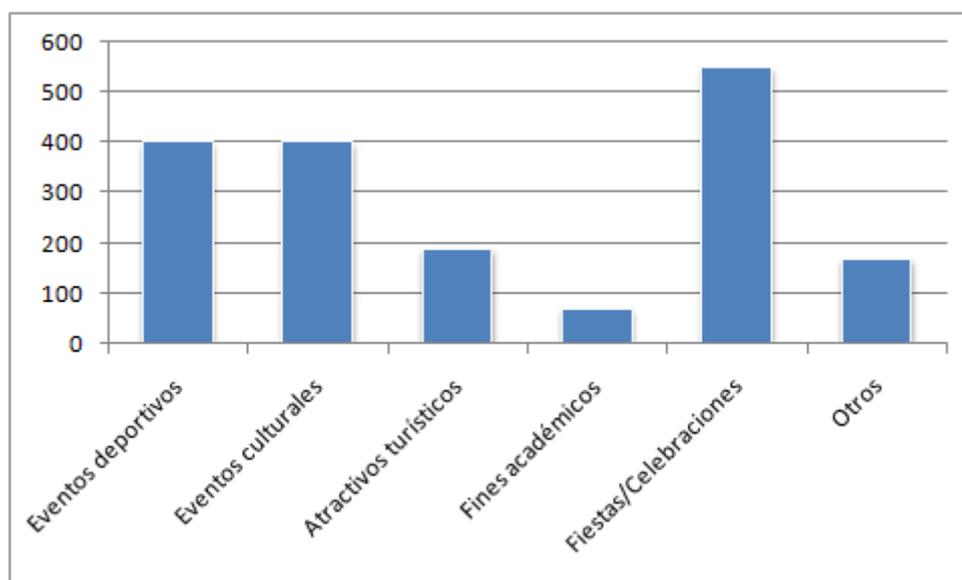
- La alternativa *Familias* aparece como el grupo de visitantes más habitual. Seguido por *Delegaciones* (*deportivas, académicas, escolares, profesionales*) y en último lugar, y prácticamente sin diferencias entre sí, los grupos *Jóvenes* y *Jubilados*.

Figura xxxvi. tipo de grupo de visitantes - vera



- El perfil de la demanda (aislando las visitas de familiares), se presupone motivado por *fiestas y celebraciones, eventos culturales y deportivos*, como elecciones más habituales, y más relegados, *atractivos turísticos, académicos y otros*.

Figura xxxvii. motivo de la visita - vera



- Referido a la accesibilidad, los encuestados encuentran como principal medio de acercamiento *el automóvil*, siendo relevante también el acceso a través de *colectivos o combinación de otros medios*.

1.4. Talleres participativos

Los actores identificados durante la etapa del relevamiento fueron convocados a talleres participativos por departamento persiguiendo los siguientes objetivos:

1. Poder validar el mapeo de capacidades y recursos, trabajándolo no desde una validación del listado explicitado durante la presentación, sino desde la lógica y punto de vista del demandante.
2. Que al pensar en una narración cronológica a través de una metodología de rol en el *diario de viajero*, los actores se vean obligados a lograr una coherencia temporal entre las distintas experiencias, motivados entonces a articular, asociar e integrar los distintos recursos y servicios turísticos para potenciarlos hacia una oferta más coherente y valiosa.
3. La definición de hitos, símbolos e imágenes que hacen al territorio, serán luego obtenidas y recopiladas como recurso fundamental para la plataforma y repositorios web.
4. Confirmar en el resultado de esta actividad la suficiencia del perfil turístico antes explicitado.

Convocatoria

Del conjunto de actores convocados entre los que se encontraban: personal técnico de Plan del Norte y Secretaría de Turismo de la provincia, referentes de los municipios y comunas, actores del sector privado y la sociedad civil (Ver Anexo XVI) asistieron al taller (Ver Anexo XVII)

La convocatoria se realiza por tres vías: contacto directo telefónicamente a los actores entrevistados (fue realizada una aproximación y posterior llamado nuevamente a quienes no hubiesen confirmado a la primer invitación), mail a toda la base de datos de actores identificados, e invitación posterior institucional del Plan del Norte . Se diseñaron Flyers y plantillas para invitación por mail (Ver Anexo XVIII) que fueron utilizadas también por el Plan del Norte en sus redes sociales e institucionales.

Se realizaron 3 encuentros en los departamentos de:

- Gral. Obligado, Villa Ana, Salón Comunal - Uruguay y 25 de Mayo, Martes 04 de Diciembre, 17.00 hs.
- Vera: Vera, Los Agustines Ruta 11 km 722, Miércoles 05 de Diciembre, 09.00 hs.
- 9 de Julio, Tostado, Punto Digital - Balcarce 1144, Miércoles 05 de Diciembre, 17.00 hs.

Desarrollo de la jornada (extensión 4 hs 30 min)

APERTURA

A cargo de las autoridades de Plan del Norte

PRESENTACIÓN

Presentación del proyecto *Fortalecimiento de las capacidades turísticas del norte santafesino*: objetivos del proyecto y actividades desarrolladas.

EXPOSICIÓN DE CONCLUSIONES DEL MAPEO

Mapeo de capacidades turísticas del norte santafesino. Presentación de la metodología utilizada para el relevamiento y exposición de los resultados preliminares del mapeo de capacidades. (Ver Anexo XIX)

TRABAJO EN TALLER

Las dinámicas requieren de los siguientes dispositivos/recursos (ver Anexo XX)

1era Actividad

Identificación del Perfil Turístico deseado. *Los participantes seleccionan un perfil turístico deseado para la región* reunidos en grupos compuestos por integrantes de distintas localidades y diferentes tipos de actor de la cadena productiva. A partir de una definición turística amplia los participantes marcan dentro de esa definición los componentes que hacen a la definición territorial, agregarán o quitarán los que

consideren oportunos y finalmente identifican los elementos presentes en el territorio que validan esa definición.

2da Actividad

Validación del mapeo de capacidades y recursos. Para validar el mapeo presentado se trabajó con una dinámica de rol. Los participantes, reunidos aún en grupos de trabajo, simularon ser la demanda turística. Para ellos se les otorgó un *cuaderno de viajero* y una serie de consignas, a fin de que cada departamento tenga más o menos exigencias dependiendo del nivel de desarrollo de las distintas dimensiones mapeadas. De tal modo:

En General Obligado

- El visitante construye su visita ideal al recorrer, al menos, 5 localidades (como mínimo 3 del mismo departamento).
- Una estadía de 4 días.
- 8 experiencias.

En Vera

- El visitante construye su visita ideal al recorrer, al menos, 4 localidades (como mínimo 2 del mismo departamento).
- Una estadía de 2-3 días.
- 5 experiencias.

En 9 de Julio

- El visitante deberá recorrer, al menos, 3 localidades (como mínimo 2 del mismo departamento).
- Una estadía de 2/3 días.
- 4 experiencias.

La narración del *viajero* se sitúa cronológicamente en el calendario (permite combinar fiestas y eventos populares), comentar acerca del hospedaje, la oferta gastronómica, el transporte, la movilidad entre y hacia los lugares o eventos a visitar, las actividades realizadas, etc. El grupo dispondrá además de 10 iconos (cámara de fotos) que incorporan a la narración en los elementos, eventos, paisajes, monumentos, símbolos, etc., que se destacan y definen gráficamente al circuito.

Una vez finalizada la narración los participantes abandonaron el rol de *turistas*. Revisan el recorrido turístico (disponen de un mapa del territorio para trazar e identificar puntos de interés si así lo desearan), y trabajar en relación a 4 condiciones a dicho circuito, para lo cual se les entregan tarjetas identificadas del siguiente modo:

El Aliado: obliga a pensar en relación a una circunstancia, un actor, una plataforma multimedial, una política de gobierno, etc., que opere de modo tal de fortalecer o visibilizar a nivel masivo el recorrido propuesto..

La Mochila: contiene todo lo necesario para otorgarle realidad territorial y trascendencia al circuito (ordenanzas, señalética, accesibilidad, operadores turísticos, promoción, etc.).

La varita mágica: responde a un hecho o evento fortuito que permite acelerar el proceso de desarrollo del turismo en el departamento.

¿Qué dejamos afuera?: la definición anterior excluirá, con seguridad, eventos, servicios, recorridos, hitos culturales, naturales, etc., esta tarjeta nos permite no sólo enumerarlos sino también determinar el coste de oportunidad, y repensar estrategias creativas posteriores para incluirlos dentro de una oferta aún más diversa.

PLENARIO DE CIERRE

Se socializan las conclusiones grupales, se diagnostican las necesidades de capacitación observadas y se acuerdan los pasos a seguir en el proyecto.

Conclusiones

De acuerdo a lo conversado con los participantes de los talleres se definió volcar los resultados de lo trabajado en un dispositivo de ágil lectura y que permita la socialización de la información para aquellos que no pudieron asistir a la instancia presencial. De este modo pueden visualizar en el Anexo XXI los resultados de los 3 encuentros departamentales. Acompañamos el Anexo XXII que contiene la galería de fotos de las jornadas de talleres.

PRODUCTO II - PLATAFORMA DE RECURSOS DE COMUNICACIÓN

El fortalecimiento de la región como destino turístico implica necesariamente trabajar sobre las capacidades turísticas locales, existentes o potenciales. Dentro de la industria turística es imprescindible dar a conocer la oferta turística a través de promociones acertivas. Dentro de la estrategia de fortalecimiento dispuesta para el presente proyecto, como eje central se plantea el desarrollo de una plataforma de comunicación, cuyo soporte principal es un sitio web que contiene características ambientales, históricas, culturales y patrimoniales de la región. La información se presenta de manera ágil y accesible a partir de un catálogo que contendrá los principales atractivos turísticos, teniendo como eje principal las experiencias turísticas destinadas a los visitantes de la zona.

Se realizaron las siguientes actividades, con sus respectivos resultados:

1. Recopilación de contenidos.
2. Desarrollo del Portal Web.
3. Repositorio del material audiovisual.

2.1 Recopilación de contenidos

Se definieron pautas básicas para la producción y recopilación de contenidos, estableciendo como criterios:

- Aspecto Simbólico, tomando como base los resultados del relevamiento de capacidades realizado en las localidades, cada departamento manifiesta rasgos/tonos turísticos a ser potenciados.

En el caso del Departamento Gral. Obligado, actividades vinculadas al ecoturismo, la oferta gastronómica de calidad, los deportes náuticos y el calendario de eventos y celebraciones de carácter regional. Junto a los atractivos naturales de los humedales del Río Paraná y la cuña boscosa.

Departamento 9 de Julio, se tendrán en cuenta la identidad rural de las localidades, el involucramiento de la comunidad en la gestión del recurso turístico, y el circuito gastronómico-cultural que se genera en torno de las fiestas típicas de la zona.

Departamento Vera, se destacan los atractivos de valor patrimonial o histórico que se traducen en la presencia de variados museos que cuentan una parte de la historia santafesina, sumado al circuito de eventos culturales como la celebración de los carnavales y fechas del calendario folklórico de relevancia regional e internacional.

- Aspecto visual-narrativo, que pretende resaltar la riqueza y diversidad del territorio valiéndose de recursos visuales como la colorimetría, encuadre y tono del material a utilizar.
- Atributos relevantes:

DEPARTAMENTO GRAL OBLIGADO

- 1.Oferta Gastronómica de Calidad
- 2.Atractivos Naturales: Ramsar Jaaukanigas

3.Eventos y Celebraciones Locales

DEPARTAMENTO 9 DE JULIO

1. Identidad rural
2. Involucramiento de la localidad en la gestión del turismo
3. Gastronomía de las fiestas de la zona

DEPARTAMENTO VERA

1. Atractivos de valor patrimonial histórico
2. Celebración de Carnavales
3. Fiestas del Folklore Local

- Representaciones icónicas: para reflejar la diversidad de atractivos sobre los cuales recopilar recursos audiovisuales, se valoraron:
- Ruinas de la Forestal: chimeneas, Villa Ana, Villa Guillermina.
- Ruinas de la Forestal: edificios icónicos (ej. casas casco histórico)
- Jaaukanigás: aves
- Jaaukanigás: rivera y flora
- Jaaukanigás: fauna
- Jaaukanigás: actividades recreativas (ej. Kayak).
- Jaaukanigás: recorrido en embarcación
- Bajos submeridionales: lagunas y palmares
- Eventos populares: folklore
- Eventos populares: concurso de pesca
- Gastronomía: platos típicos (ej. pescado frito, pescado asado, cordero/chivo a la estaca, asado con cuero).
- Eventos populares: bailes de campo
- Eventos populares: carnaval
- Turismo Rural: recolección de algodón
- Turismo Rural: actividad apícola
- Turismo Rural: Estancia Las Gamas.
- Turismo Rural: actividad pecuaria
- Turismo Rural: recorrido en carruaje
- Turismo Rural: quebrachales
- Turismo Rural: cosecha de cítricos
- Turismo Rural: torre elevador de agua (9 de Julio)
- Servicios comunes: campings a la vera del Paraná y sus afluentes

Se establecieron tres salidas al territorio para la recopilación de contenidos audiovisuales: Jaaukanigás, Pueblos Forestales y Turismo Rural

Definición del soporte/lenguaje de los contenidos (audiovisual, fotografía)

Se definió que la recopilación se realice en la máxima calidad posible, atendiendo a los requerimientos técnicos y de visualización. Los contenidos deben respetar los siguientes estándares mínimos:

Para los audiovisuales: 1920 x 1080, en MP4, Full HD.

Para las fotografías: 1920 x 1080, a 300 dpi, en extensión .png o jpg.

Los recursos fotográficos y audiovisuales obtenidos se encuentran compilados en el Anexo XXIII (soporte digital en cd).

2.2 Desarrollo del portal web

Parámetros y definiciones para el entorno visual del portal web.

Entorno: sin contorno de los objetos remarcado en otro color.

Navegación en la página: de recorrido vertical (scroll down).

Fondo de la web: preferentemente blanco.

Textos: en tipografía Klavika, tamaño coherente con los marcos de los respectivos cuadros de texto, colores, preferentemente negro, naranja o verde definidos a continuación.

Marcos, Resaltadores, Barras, Cuadros y demás Objetos: paleta de colores utilizada en el logo de Santa Fe Plan del Norte, a saber:

Naranja. Matiz: 23, Saturación: 277, Luminosidad: 152, Rojo: 250, Verde: 174, Azul: 73.

Verde. Matiz: 87, Saturación: 99, Luminosidad: 123, Rojo: 79, Verde: 182, Azul: 98.

Celeste. Matiz: 132, Saturación: 200, Luminosidad: 150, Rojo: 80, Verde: 192, Azul: 239.

Amarillo. Matiz: 31, Saturación: 240, Luminosidad: 154, Rojo: 255, Verde: 212, Azul: 73.

La estructura del sitio web fue ligada a 4 ejes:

- Visual: la necesidad de que la plataforma ofrezca desde su ingreso y durante toda la navegación impacto visual. La justificación reside en que para la mayoría de los usuarios potenciales, el destino al no ser tradicional, es poco conocido. Buscamos entonces lograr interés a través de reproducciones audiovisuales cortas y fotos de los atractivos como introducción al contenido. Replicamos la misma estructura para todas las páginas intermedias, permitiendo al usuario adaptarse entonces a la lógica propuesta.
- Ubicación geográfica: tanto los atractivos como los eventos necesitan ser geolocalizados para darle seguridad al usuario sobre las alternativas de acceso. Consideramos además que la experiencia turística en el norte santafesino puede complementar actividades, eventos y visitas muy diversas. La geolocalización le ofrece al usuario encontrar atractivos que complementen la oferta turística y lograr así estancias más largas.
- Categorizaciones: el contenido se ofrecerá categorizado y consolidado en

categorías. La categorización debe permitir agrupar y filtrar los atractivos para no saturar la información ofrecida al inicio de la página.

- *Sin preferencias*: se consideró que como herramienta de difusión de los atractivos turísticos, la página no podía establecer criterios de ordenamiento o preferencias a la hora de exponer la diversidad de alternativas turísticas tradicionales y no tradicionales, para lo cual la información se presentará aleatoriamente, y en caso de ser factible se programará ese condicionamiento para que los elementos visuales se mezclen.

Siguiendo criterios generales el sitio web presenta la siguiente estructura:

HEADER:

Ofrece los logos del Plan del Norte, CFI y una barra de búsqueda dentro de la página.

MENÚ

Se presenta una barra de botones que remiten a:

INICIO: Retorna siempre a la página inicial (“home”).

ATRACTIVOS NATURALES: redirige a una página que presenta la oferta referida a atractivos naturales, entiéndase entre otros a reservas, parques, accesos a ríos, lagunas, actividades vinculadas a esos atractivos como ser: pesca, avistaje de fauna y flora, senderismo, actividades relacionadas con el turismo rural, navegación. También incorpora aquellas experiencias de turismo agropecuario, apícola, etc.

FIESTAS Y EVENTOS: direcciona a una página con la oferta de fiestas y eventos sociales, así como los gastronómicos. Incorpora los eventos referenciados en la agenda de la Secretaría de Turismo de Santa Fe, y suma eventos regionales y/o locales no reconocidos en esa agenda.

PATRIMONIO: dirige a una página que ofrece información sobre museos, edificios con reconocimiento patrimonial (local o provincial), ruinas, casas o espacios culturales.

Las secciones ATRACTIVOS NATURALES, FIESTAS Y EVENTOS, PATRIMONIO, presentan la siguiente estructura:

Slider: Contiene spot-clip donde se visualizan de modo ágil los atractivos más representativos de la sección. Este video de corta duración (20 seg. aprox) se reproduce automáticamente y continúa girando en loop.

Tags: etiquetas que permiten al usuario filtrar su búsqueda de acuerdo al campo temático seleccionado. Existen dos categorías de filtro: tags por circuito turístico (Turismo Rural, Pueblos Forestales, Jaaukanigás) y tags que agrupan experiencias (Avistaje de aves, Pesca, Gastronomía, Ferías y Expos, etc.)

Atractivos turísticos, su visualización está estructurada en torno de los siguientes elementos:

- Imagen: representativa del atractivo.
- Descripción: Texto breve con sus principales características.
- Localización: Se trabajó con API de Google Maps, generando capas que permitieron seccionar la geolocalización de los distintos atractivos.

SECCIÓN MAPAS

Presenta mapas del territorio santafesino identificando:

- Circuitos turísticos: Jaaukanigás, Pueblos Forestales, Turismo Rural.
- Servicios de hospedaje: muestra localidades que disponen de servicios de hospedaje sin identificar específicamente a los prestadores.

Definición de los criterios del alojamiento del portal web

Se definió que el portal sea alojado en el servidor web de la Asociación Civil con Personería Jurídica Instituto de Intervenciones Situadas, estará disponible para su acceso y libre uso durante el lapso de 12 meses desde la fecha del presente informe. Paralelamente, Plan del Norte y/o Secretaría de Turismo de Santa Fe continúan trabajando en la gestión de las autorizaciones correspondientes para el alojamiento definitivo en los servidores oficiales de la provincia.

Actualmente disponible en: <http://turismosantafenorte.insitu.org.ar>

2.3. Repositorio del material audiovisual

Dentro del Portal Web hemos dedicado una sección que contiene todo el material audiovisual producido para este proyecto: "RECURSOS".

El Repositorio contiene material audiovisual sobre los atractivos turísticos. Su finalidad es facilitar la difusión de los mismos por parte de cada promotor que puede utilizarlos en sus portales web, redes sociales o como insumo para el diseño de cualquier tipo de dispositivo comunicacional.

El acceso al repositorio está limitado a las localidades relevadas en el presente proyecto, para lo cual deberán gestionar un usuario determinado que será aprobado por Plan del Norte.

Con el objetivo de consolidar la oferta turística en el Norte Santafesino y divulgar la diversidad de servicios allí existentes se re-elaboró la información contenida en el Repositorio en formatos estáticos imprimibles (Ver Anexo XXIV), a saber:

- Folleto Tríptico "Pueblos Forestales"
- Folleto Tríptico "Atractivos Naturales"
- Plantilla Modelo "Fiestas y Eventos"
- Póster Eventos en Vera
- Póster Eventos en Gral. Obligado
- Póster Eventos en Tostado

Los mismos fueron impresos en la cantidad necesaria para una adecuada difusión en todo el territorio. Fueron puestos a disposición de Plan del Norte para su distribución.

PRODUCTO III: AULAS DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES TURÍSTICAS.

Todo proceso de fortalecimiento productivo necesita inexorablemente empoderar a los actores involucrados. En algunos casos, el empoderamiento se traduce en otorgar herramientas de gestión, ceder la ejecución de ciertos actos, formalizar institucionalmente participaciones minoritarias. La formulación del presente proyecto entiende que un paso fundamental para potenciar el desarrollo de los promotores de turismo de la región puede darse a través de la incorporación de herramientas que permitan adquirir conocimientos técnicos específicos. Para ello, se realizaron 3 encuentros de capacitación en las localidades de: Avellaneda, Vera y Tostado. (ver Fotos de los talleres en Anexo V)

Los contenidos fueron diseñados teniendo en cuenta la realidad de cada departamento a partir de los resultados del Mapeo de Capacidades Turísticas realizado en la primera etapa del proyecto, a saber:

Departamento Vera: Agregado de valor en la oferta turística. ¿Cómo mejorar el posicionamiento de las fiestas locales/regionales y complementar con otras experiencias y servicios?. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

Departamento Gral Obligado: Asociativismo, coordinación de actividades y atractivos entre las localidades de un mismo corredor/circuito turístico para lograr experiencias más significativas. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

Departamento 9 de Julio: ¿Cómo comunico mi oferta turística?. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

En todas las aulas, se ofreció un módulo enfocado en la gestión de los recursos de comunicación, trabajándose con una dinámica en taller referida al uso de herramientas digitales para mejorar la difusión de la oferta turística.

Los tres encuentros contaron con la participación activa de los asistentes, generando intercambios y valiosos aportes sobre las temáticas abordadas. A su vez, quedó de manifiesto el interés por la difusión del sitio web, y se avanzó sobre la necesidad de implementar los recursos de comunicación. Se evidenció la necesidad de difundir fuertemente las fiestas y celebraciones de cada localidad para fortalecerlas como atractivo patrimonial de la región.

Particularmente en Vera las capacitaciones sirvieron para que los actores pudieran comprender la amplitud y planificación que requiere organizar eventos de calidad. Los actores evidenciaron constantemente situaciones en las que sus propias fiestas y eventos se veían atentados por no haber sido planificadas con altos estándares de calidad.

En Avellaneda, los actores trabajaron más activamente en la conformación de alianzas. La capacitación a cargo de la Secretaría de Turismo ligada a asociativismo despertó en ellos la necesidad de integrar la cadena de valor, ofreciendo un espacio para que compartan sus experiencias y generen alianzas en la modalidad uno a uno. Las herramientas para optimizar la comunicación fueron bien recibidas y agregando valor casi inmediatamente en sus servicios turísticos al ser replicadas en sus propias fanpage o redes sociales. Los días siguientes tuvimos evidencias y retroalimentación positiva en relación al impacto de éste módulo en distintos actores.

En Tostado, el módulo de comunicación les ofreció alternativas para mejorar el alcance de sus publicaciones. En esta oportunidad pudimos testear la calidad de la comunicación de los actores en vivo usando las fanpage de los actores y poniendo en evidencia errores de comunicación, mal uso de los canales o la disposición visual de los elementos, etc. Se trabajó a nivel conceptual en la definición de demanda turística contemporánea hacia el turismo alternativo y sustentable, como apoyatura a los servicios turísticos presentes en la capacitación.

Localización

Los encuentros se realizaron, uno por departamento, en:

- Gral. Obligado: Avellaneda, Sala Multimedial del Centro Cultural Municipal- Av. San Martín 830. Jueves 04 Abril, 11.00 hrs
- Vera: Vera, Los Agustines Ruta Nac. 11 Km 722. Miércoles 03 de Abril, 11.00 hs.
- 9 de Julio: Tostado, Punto Digital - Balcarce 1144, Miércoles 10 de Abril, 11.00 hrs.

Convocatoria

Se convocó a todos los actores e instituciones que fueron consultadas en el Relevamiento de Capacidades Turísticas, participaron alrededor de 100 personas de localidades de los tres departamentos. Entre los que se encontraban personal técnico de Plan del Norte y Secretaría de Turismo de la provincia, referente técnico del Consejo Federal de Inversiones (CFI), referentes de los municipios y comunas, actores del sector privado y la sociedad civil. En los Anexo XXV y XXVI, respectivamente, pueden visualizarse los convocados y asistentes a las Aulas de Capacitación.

La convocatoria se realizó por contacto directo/telefónico a los participantes de los talleres. Paralelamente se enviaron las invitaciones correspondientes a toda la base de datos construida a lo largo del proyecto y se diseñaron flyers (ver Anexo XXVII) publicados en las redes sociales de Plan del Norte.

Desarrollo de las jornadas

Las Aulas se estructuraron en dos módulos: uno de carácter técnico a cargo de los técnicos de la Secretaría de Turismo y otro donde se comentaron los avances a cargo de los consultores responsables del proyecto.

El aula del día miércoles 27/03 en Avellaneda debió ser suspendida por una medida

de fuerza gremial que condicionaba la presencia de varios representantes comunales, pero incluso más relevante la adhesión de una parcialidad de los capacitadores de la Secretaría de Turismo. Dicha eventualidad fue confirmada el día lunes 25/03 por representantes de la Secretaría de Turismo, razón por la cual procedimos a reprogramar la fecha al día jueves 04 abril. A pesar de que la capacitación fuere reprogramada los participantes confirmaron en su totalidad e incluso se sumaron algunos más, situación que nos permitió validar el compromiso de los actores por el desarrollo turístico territorial.

Cronograma

MÓDULO I 11 a 13.30 hs (150 mins)

1. Apertura a cargo de las autoridades del Plan del Norte
2. Capacitación a cargo de la Secretaría de Turismo: PRIMERA PARTE
3. Presentación de la Plataforma de comunicación y capacitación sobre los usos del material de difusión/ repositorio.

REFRIGERIO

MÓDULO II 14.15 a 16.30 hs (135 mins)

4. Presentación de experiencias: Se presenta una experiencia de desarrollo turístico por departamento a cargo de representantes locales.
5. Capacitación a cargo de la Secretaría de turismo: SEGUNDA PARTE
6. Plenario de cierre.

Contenidos de la capacitación

Los contenidos fueron diseñados teniendo en cuenta aspectos específicos de cada departamento a partir de los resultados del Mapeo de Capacidades Turísticas realizado en la primera etapa del proyecto. La coordinación de estos temas se programó en una reunión conjunta con el equipo del Plan del Norte y la Secretaría de Turismo (27/02) donde se designaron los capacitadores.

A continuación se presenta el desarrollo temático para cada departamento

Departamento Vera: Agregado de valor en la oferta turística. ¿Cómo mejorar el posicionamiento de las fiestas locales/regionales y complementar con otras experiencias y servicios?. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

Departamento Gral Obligado: Asociativismo, coordinación de actividades y atractivos entre las localidades de un mismo corredor/circuito turístico para lograr experiencias más significativas. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

Departamento 9 de Julio: ¿Cómo comunico mi oferta turística?. Estrategias para la visibilización y posicionamiento del destino en la agenda turística.

En todas las aulas, el módulo de comunicación contempló una dinámica de taller referida al uso de herramientas digitales que potencian la comunicación de la oferta turística.

La carga horaria y de contenidos permitió que se entreguen certificados de asistencia a los participantes de las aulas de capacitación (Ver Anexo XXVIII)

Presentación de la plataforma de comunicación.

Se socializaron los avances en el desarrollo de la plataforma y otras piezas de comunicación (folletos trípticos y posters) con los actores locales de cada departamento.

Se presentó el sitio web y se expusieron las pautas de uso para el acceso al Repositorio de Material Audiovisual, además se dialogó con los participantes acerca de los atractivos turísticos seleccionados para su visualización en la página, los criterios de filtrado y la disposición visual. Se ofreció el link para su estudio posterior y una *ventana* de 15 días para que se propusieran adiciones al catálogo, cambios de imagen o geolocalización, o información contenida. Durante ese lapso, el equipo consultor ha intercambiado contenidos y validado otros con varios actores que han aprovechado esta instancia para mejorar los productos turísticos visibles en la plataforma web.

Presentación de experiencias turísticas

Durante los talleres participativos (diciembre 2018) los actores presentes manifestaron la voluntad de socializar y presentar sus experiencias de desarrollo turístico en la región. Entendiendo que de ese modo se enriquece la oferta turística, desde el equipo técnico del proyecto propusimos contemplar un espacio de presentación en donde los actores pudieran exponer de qué manera vienen trabajando individualmente.

Se seleccionaron y presentaron las siguientes experiencias:

P1. Vera: Alexis Romero actor involucrado al desarrollo turístico presentó un diagnóstico de la situación actual en Fortín Olmos. *Esta presentación fue el puntapié para discutir sobre la posibilidad de generar turismo alternativo sustentable, contrapuesto al turismo de depredación y caza, incluso incipiente en relación a la concentración de músicos y peñas en la zona.*

P2. Vera: Gisela Barbero, presentó un spot audiovisual de las actividades que el municipio desarrolla en la Laguna El Cristal. *Esta presentación fue seleccionada para dar inicio al módulo de capacitación en comunicación, ya que permitió trabajar sobre cómo comunicar un producto de manera exitosa.*

P3. Avellaneda: Amilcar Vallejos, responsable del Área de Turismo en Avellaneda, presentó los circuitos turísticos locales dentro de un Plan Estratégico Productivo. *La presentación ofreció a los demás actores la posibilidad de observar un trabajo programático estable, consolidado y con objetivos definidos a mediano y largo plazo.*

P4. Avellaneda: Roque Chaves, Presidente Comunal de Villa Guillermina, ofreció con su presentación una revisión del ayer y hoy de los Pueblos Forestales, de la necesidad de unificar una identidad cultural con proyección hacia el futuro. *Consideramos oportuna esta presentación en el corazón del Ramsar Jaaukanigas, como posibilidad para estrechar y potenciar el circuito turístico de los Pueblos Forestales.*

P5. Tostado, Silvina Asturiano, perteneciente a la asociación Nakaigetergehé de Villa Minetti y consultora de turismo para ese municipio, presentó las distintas experiencias turísticas consolidadas dentro del territorio en varios establecimientos agrícolas-ganaderos. *Principal exponente del turismo rural, este producto consolidado, le ofrece al resto de los actores una oportunidad de entender que se pueden brindar productos de calidad, incluso sin una plataforma turística paralela o atractivos naturales tan evidenciados o reconocidos.*

Conclusiones a las Aulas de capacitación

Los tres encuentros contaron con la participación activa de los asistentes (ver Anexo XXIX) generando intercambios y valiosos aportes sobre las temáticas abordadas. A su vez, evidenciaron interés en la plataforma de comunicación y acordaron la necesidad de avanzar con la implementación de los distintos recursos. Se destacó la importancia de difundir intensamente las fiestas y celebraciones de cada localidad para fortalecerlas como atractivo patrimonial de la región.

En Vera, particularmente, los actores pudieron comprender la amplitud y planificación que requiere organizar eventos de calidad. Se evidenciaron situaciones en las que las fiestas y eventos locales no alcanzaron su máximo potencial debido a la planificación con escasos estándares de calidad.

En Avellaneda, los actores trabajaron activamente en la conformación de alianzas influenciados por el módulo temático de asociativismo que evidenció la necesidad actual de integrar cadenas de valor, generar espacios para compartir experiencias y fortalecer alianzas en la instancia 1 a 1. Las herramientas para fortalecer la comunicación fueron bien recibidas y agregando valor casi inmediatamente en sus servicios turísticos al ser replicadas en sus propias fanpage o redes sociales.

En Tostado, el módulo de comunicación ofreció a los actores alternativas para mejorar el alcance de sus publicaciones en redes sociales. En esta oportunidad pudimos evaluar conjuntamente las plataformas (Fanpage en Facebook) de los actores, donde se evidenció la necesidad de ajustar algunos aspectos visuales y de contenido. Se trabajó

a nivel conceptual en la definición de demanda turística contemporánea hacia el turismo alternativo y sustentable, como apoyatura a los servicios turísticos presentes en la capacitación.

III. CONCLUSIONES FINALES

Consideramos cumplidos satisfactoriamente los objetivos propuestos por el proyecto. Las actividades y tareas se desarrollaron acorde a lo planificado, obteniendo los resultados esperados en el tiempo previsto.

El Mapa de Capacidades Turísticas constituye un insumo altamente valioso para la planificación de políticas territoriales y acciones que pretendan promover el turismo en la región. La traducción visual (mapas de calor) de la información relevada permite analizar de manera ágil cuáles son las fortalezas y debilidades presentes en el territorio en materia de capacidades turísticas.

Cabe destacar que el relevamiento realizado a través de entrevistas personalizadas con referentes locales de municipios, comunas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones culturales y educativas posibilitó la recolección de información, cuantitativa y cualitativa, actualizada para ofrecer un estado de situación completo de la región.

El concepto **Capacidades Turísticas**, desde el que se abordó el diseño del instrumento de relevamiento y el mapa, es lo suficientemente amplio como para reflejar los atractivos naturales y patrimoniales en profundidad, logrando un inventario completo y actualizado. Pero además permite ponderar el valor de esos recursos considerando la presencia de atributos y elementos que actúan como facilitadores (actuales o potenciales) para el desarrollo del turismo en las localidades. Esto permitió que el Mapa de Capacidades Turísticas sea más que un mero inventario de recursos turísticos, para incorporar información a cerca de la accesibilidad, los servicios, equipamientos y actividades que permiten el acceso, uso y disfrute de estos recursos.

Durante la realización de los Talleres participativos, los actores trabajaron fuertemente sobre los resultados del relevamiento y sumaron el desarrollo colectivo de propuestas para el fortalecimiento de las capacidades turísticas de la región.

Además, acordaron un perfil de desarrollo turístico deseado, debatiendo y considerando diferentes realidades locales. La definición del perfil turístico deberá ser la guía que oriente las acciones de promoción del turismo de manera armónica en el departamento, incorporando las visiones de los actores locales.

Durante los talleres los participantes diseñaron de manera participativa las “experiencias turísticas” de cada departamento, consensuando propuestas e ideas para poner en valor las capacidades de cada localidad y articularlas para potenciarlas logrando que se complementen entre sí.

Estos aportes fueron considerados al momento del diseño del portal web, no solo al momento de priorizar los atractivos naturales y turísticos, sino para ofrecer al potencial turista que acceda al sitio web información actualizada, para conocer la región y planificar su visita.

Las Aulas contaron con amplia participación, al igual que los talleres participativos, lo que da cuenta del nivel de involucramiento de los actores a lo largo de todo el proceso de trabajo. En este sentido consideramos poner en valor el vínculo construido entre los actores y para con los equipos técnicos que integraron este proyecto, así como también el interés que existe en el territorio sobre el desarrollo turístico como una alternativa de desarrollo viable y sostenible.

Resulta necesario sostener los resultados alcanzados generando nuevos espacios de intercambio entre los actores y promoviendo la implementación de programas y proyectos de impacto territorial de parte de los estados locales junto con el gobierno

provincial. Esbozamos a continuación algunas directrices como cierre al presente informe.

El turismo rural en 9 de Julio

En Villa Minetti encontramos un circuito que integra hospedaje, y experiencias rurales y de inmersión en los montes nativos, que comprende 9 establecimientos privados asociados. La oferta está pensada para grupos reducidos, de turistas no tradicionales, pudiendo adaptarse para trabajar con dinámicas grupales alternativas, entendiendo como por ejemplo un espacio de encuentro para reuniones religiosas o de asociaciones, empresas, etc. El circuito se ve fuertemente afectado por las condiciones climáticas (sus accesos son de tierra) y por la ausencia de demanda constante y en volumen, lo que ocasiona que la actividad turística en estos establecimientos queda relegada a un segundo plano. Replicar esta lógica en Tostado, con la ventaja de disponer de una planta turística más diversa y profunda y en otros sitios del departamento como la Reserva Isleta la Linda debería generar un espacio propicio para asociaciones horizontales y una identidad turística fuerte con trascendencia departamental.

Circuito de los pueblos forestales

El circuito de Pueblos Forestales está en pleno dinamismo. El empuje principal actualmente está dado por el sector público, tanto Provincial como local. Involucrar a los actores privados, guías, oferentes de servicios gastronómicos y hotelería, traslado y demás servicios en una lógica cohesionada es esencial para su éxito. Con el objetivo de atraer volumen de demanda adecuadas, resulta necesario ligar este circuito a los festejos tradicionales en el territorio, por ejemplo a los Carnavales. En el territorio es imprescindible avanzar hacia circuitos y experiencias en los bajos submeridionales y la cuña boscosa, vinculadas a actividades sustentables, aprovechando la existencia de varias reservas provinciales, nacionales y privadas. Como propósito amplio en este sentido, además de revalorizar el territorio y su biodiversidad, existe la necesidad de enfrentar los efectos adversos que genera la caza furtiva o no, en el territorio, y la industria que gira en torno a la misma.

Ramsar Jaaukanigas

El alcance y calidad de muchos servicios turísticos en Jaaukanigas satisfacen los requisitos para ofrecer experiencias singulares. Sin embargo, hemos observado la ausencia en muchos casos de asociaciones verticales que permitan lograr experiencias más complejas y extensas. Ello estimamos se debe a la ausencia de un actor fundamental para el éxito de la industria, las agencias receptoras. El acompañamiento estatal entonces debe estar enfocado en este sentido, promoviendo políticas propicias para la aparición y fortalecimiento de agencias, guías y promotores turísticos locales.

Señalética turística territorial

El proceso de fortalecimiento de la cadena productiva turística requiere unidad en la comunicación de la oferta. Una instancia primitiva de difusión de la oferta turística coincide con la disposición en el territorio de señalética actualizada y cohesionada. El Ramsar Jaaukanigas dispone en algunos circuitos de señalética coordinada. Algunas localidades del circuito de Pueblos Forestales ofrecen indicaciones parciales. En 9 de Julio no son visibles las referencias turísticas en los accesos viales.

Cualquier construcción de circuitos turísticos o posicionamiento de atractivos carece de impacto si los mismos no se visibilizan. Es menester avanzar dentro del proceso de fortalecimiento en una construcción señalética común sobre tres ejes:

- La posibilidad de integración de la señalética territorial con la señalética digital disponible o generada.
- La necesidad de afincar portales de acceso a los circuitos, entendidos como puestos de comunicación turística, interactivos y de acceso libre.
- Una identidad común, traducida en iconografía, materialidad y disposiciones unificadas.

El reclamo de actores privados sobre la necesidad de contar con señalética ha estado presente en todas las intervenciones en el territorio durante el desarrollo del proyecto.

Empoderamiento y asociativismo

La integración vertical se convierte en una estrategia prioritaria para los actores privados. Alentar agencias turísticas receptoras por parte del Estado ofrecerá sin duda volumen a toda la industria. Fueron identificados durante el proceso de relevamiento solo 3 actores territoriales caracterizados como agencias receptoras, incrementar su número resulta fundamental. Algunos actores, la Asociación Nakaigetergehe, en Villa Minetti, la Cooperativa Aguaribay, en Reconquista, el equipo de turismo Ta`aromby de Villa Ana, La Asoc. de Rescate Forestal y el Campamento Cultural Corazón de Quebracho de Villa Guillermina, plantean y promueven estrategias turísticas coherentes con la tipología de demanda actual, enfocados en perfiles no tradicionales, excursionistas, lógicas y circuitos basados en “experiencias” y estancias de visitas relativamente cortas. Son actores de la sociedad civil referentes para generar a través de ellos mayores y mejores vinculaciones entre actores.

Registro de prestadores y normas de calidad

El proceso de relevamiento por su naturaleza metodológica nos permitió recuperar información de los diversos actores públicos y privados activos en el territorio. Una instancia superadora a las bases de datos (ver “Anexo I. Listado de actores identificados”) que ofrecemos acompañando al presente informe lo es la construcción de un Registro de Prestadores. Promover el fortalecimiento de la cadena turística implica fortalecer sus propios eslabones. La formalización de los prestadores es un paso necesario para garantizar calidad. Aspectos como habilitaciones fiscales, matrícula, habilitaciones locales y edilicias, cumplimiento

de normas de calidad, etc., deberían comprender las dimensiones a ponderar dentro del Registro.

Profesionalización de guías turísticos

En Reconquista existen tres instituciones secundarias con finalidad en Bachillerato en Turismo, y diversas instituciones y universidades con carreras a distancia o presenciales con finalidades en Tecnicaturas y Licenciaturas en Turismo en la Provincia de Santa Fe. Es fundamental identificar, registrar y geolocalizar guías turísticos para mejorar la calidad de la oferta. Los circuitos dentro del Ramsar Jaaukanigás y Pueblos Forestales requieren necesariamente de guías turísticos para lograr experiencias competitivas. Consideramos que es necesaria la presencia de guías locales y su formalización dentro de estructuras/áreas de gobierno específicas. Una primera instancia para el proceso de arraigo de guías podría suceder con el Programa de Anfitriones de la Secretaría de Turismo de Santa Fe.

Calendario Unificado de Eventos

Secretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe cuenta con un calendario de fiestas y eventos. No todas las fiestas y eventos se encuentran identificados en él, ya que la incorporación requiere un procedimiento de inscripción y cumplimiento de pautas formales básicas exigidos por la Secretaría. Consideramos oportuno trabajar con los organizadores de los eventos regionales y locales que no están oficializados en pos de avanzar sobre dos pilares:

- Protocolo de oficialización del evento.
- Capacitación en calidad, promoción y mitigación de riesgos inherentes a los eventos sociales.

Accesibilidad

En la introducción del presente informe existe un apartado referido a la accesibilidad al territorio. El restablecimiento de las rutas aéreas desde y hacia Reconquista resulta una política estratégica prioritaria para generar volumen de demanda. Dentro del territorio la finalización de las obras en curso en las Rutas 98, 11 y 40 son fundamentales para garantizar seguridad de tránsito para el turista.

Institucionalidad

Si se observan los resultados del relevamiento/diagnóstico para la dimensión "Institucionalidad" se visualizará adecuado nivel de desarrollo para las localidades de Avellaneda, Reconquista, Tostado, y desarrollo dispar en sus dimensiones integrativas para Vera, Florencia, Calchaquí, Las Toscas, Villa Ocampo, Villa Minetti y Villa Guillermina. Para el resto de las localidades relevadas la dimensión institucional tiene

un nivel de desarrollo muy pobre o nulo. Recordemos que los aspectos evaluados para esta dimensión fueron:

- Presencia de área especializada en turismo.
- Diversidad de actores promotores.
- Estrategias de comunicación.
- Normativas de protección patrimonial, ambiental, o promoción cultural.

Repensando esta dimensión emergen elementos sobre los cuales se hace menester trabajar:

- Mediatez en la vinculación con la Secretaría de Turismo de la Prov. de Santa Fe.
- Estabilidad en las estructuras locales especializadas en turismo.
- Diseño de ordenanzas unificadas en relación a la gestión de los recursos patrimoniales, históricos y naturales, y de promoción turística.
- Redacción de una agenda común de eventos.
- Estrategias de comunicación coherentes y unificadas y nivelación en la calidad de los diversos servicios dentro de circuitos turísticos transversales.
- Actualización del sitio web.

En esta instancia de desarrollo turístico en el territorio consideramos oportuna la introducción de una plataforma representativa de gestión intermedia, con presencia del sector público y participación privada, itinerante, y que oficie como vinculación para la aplicación de políticas provinciales, se apropie de los instrumentos de difusión, entiéndase en esta instancia el sitio web, coordine la agenda, y unifique el alcance de ordenanzas, dictámenes, resoluciones (del ámbito turístico) para todo el territorio. El Plan del Norte puede ofrecer la estructura política adecuada para anidar esta organización.

