



Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Turismo y Hospitalidad

**TURISMO DE PESCA RECREATIVA
EN LA LAGUNA “MAR CHIQUITA”
DE GENERAL ARENALES
PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

Modalidad
Estudio de Casos

Alumna: Geloso Ana Daniela

Carrera: Licenciatura en Turismo

Fecha de entrega: 4 de Agosto del 2016

Agradecimientos

El presente trabajo pudo ser realizado gracias al apoyo, la colaboración y la paciencia de muchas personas que me brindaron parte importante de su tiempo a lo largo de este gran recorrido: mi formación profesional.

Por ello principalmente quiero dedicárselo a mis padres: Juan Carlos y Graciela, ya que siempre depositaron toda su confianza en mí haciendo de su mutuo esfuerzo una gran ayuda para poder culminar mis estudios, brindándome protección y cuidado cuando más lo necesité.

También quiero dedicárselo a mi hermana Ana Laura, quien me ayudó con la elección del tema a abordar y a su marido, Daniel, un pescador aficionado que me dedicó su tiempo y estuvo siempre dispuesto a trasladarme hacia el lugar, formando parte importante del trabajo de campo de este proyecto.

Al profesor Guillermo Frittegotto, tutor del trabajo final, quien me guio durante el transcurso del mismo, siempre predispuesto a orientarme.

Y a la directora Analía Brarda, por sus consejos y su tiempo dedicado a dar respuesta a todas mis dudas sobre la carrera y sobre el presente proyecto final.

A todos ellos... ¡Muchas gracias!

ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN.....	5
3. OBJETIVO GENERAL.....	6
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
5. HIPÓTESIS.....	6
6. MARCO TEÓRICO.....	7
6.1 El turismo como factor de desarrollo.....	7
6.2 El turismo alternativo.....	9
6.3 La pesca recreativa.....	11
6.4 El sistema turístico.....	15
6.5 La planificación turística.....	22
6.6 El producto turístico.....	24
6.7 El mercado turístico.....	26
6.8 El marketing dentro del turismo.....	27
7. CONSIDERACIONES DE LA LOCALIDAD DE GENERAL ARENALES.....	29
7.1 Breve reseña histórica de la localidad.....	31
7.2 Aspectos medioambientales de la localidad.....	33
7.3 Características generales de la Laguna “Mar Chiquita”.....	35
8. ABORDAJE METODOLÓGICO.....	40
8.1 Análisis del sistema turístico.....	41
8.2 Inventario turístico de la Laguna y alrededores.....	46
8.3 Consideraciones del alojamiento, gastronomía y esparcimiento.....	66
8.4 Consideraciones de las instalaciones.....	67
8.5 Consideraciones de la infraestructura.....	67
8.6 Consideraciones de la supraestructura.....	68
8.7 Análisis de la demanda.....	68
8.8 Análisis FODA.....	76
9. CONCLUSIÓN.....	77
10. PROPUESTA.....	79
11. BIBLIOGRAFÍA.....	82

1. JUSTIFICACIÓN

Con la finalidad de mostrar que el sector de la Laguna Mar Chiquita perteneciente a la localidad de General Arenales provincia de Buenos Aires, es una buena alternativa para todos aquellos pescadores aficionados que habitan los alrededores y las provincias cercanas para que pasen su tiempo libre y se recreen pescando, esta investigación se centra en dicho atractivo natural.

La importancia de este trabajo se basa en que la Laguna Mar Chiquita se encuentra ubicada en un sector estratégico para todos aquellos lugares cercanos que albergan habitantes aficionados de la pesca de pejerreyes y otras especies haciendo del lugar que visitan para realizar la actividad un punto de encuentro con sus colegas y familias que los acompañan, además la poca distancia que hay que recorrer para llegar a este destino más la abundancia de pejerrey y el buen pique en toda las épocas del año son nuestras principales justificaciones de la elección del tema a investigar, sumado que el sector tuvo un gran auge turístico en la época de los ´90 cuando contaba con una magnífica infraestructura y un muy buen equipamiento para este tipo de turista que no dejó de visitar el lugar a pesar que una gran inundación se llevara gran parte de las comodidades que el sitio ofrecía.

La Laguna Mar Chiquita es un excelente espejo de agua con un gran espacio verde perfecto para todos aquellos que desean pescar y pasar su tiempo libre recreándose, y es por todo ello que podemos mencionar que en el lugar se encuentra una muy buena opción que no defraudará las expectativas de aquel turista que desee realizar pesca recreativa.

Es por esto que esta investigación contribuye a lograr un conocimiento nuevo de un sitio natural que en la actualidad acude una considerable cantidad de pescadores y turistas, pero que carece de una planificación y de políticas turísticas acordes. De este modo, el análisis de los recursos indispensables para el turismo permitirá la apropiación del recurso perteneciente al partido de General Arenales.

2. PROBLEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN

La pesca dentro de la Laguna Mar Chiquita encontrada en el partido de General Arenales provincia de Buenos Aires y compartida en gran parte con el partido de Junín provincia de Buenos Aires es practicada desde ya varias décadas.

La práctica de este deporte a nivel mundial abarca desde el pescador individual (esporádico y ocasional) hasta los grupos de turistas pesqueros guiados y planificados, algunos de los cuales hacen parte de su “hobbie” a miembros de sus familias o amistades, atrayéndolos hasta el sitio en la cual realizan dicha actividad, pudiendo involucrarse en las tradiciones culturales y la idiosincrasia de las diferentes localidades donde se practica, ya sea en ríos, lagos, lagunas y mares.

Como conocemos, dicha actividad es desde ya hace varios años conocida y practicada mundialmente por personas físicas o jurídicas destinadas al deporte, es decir aquellos actores especializados en esta temática y por aquellos novatos o principiantes que la experimentan y encuentran en ella un modo de sentirse “a gusto” en un lugar de esparcimiento y recreación.

Respecto a las formas y modalidades de pesca que se sitúan en la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, debemos mencionar que sus prácticas son de forma amateur, transgrediendo a veces las leyes regulatorias del lugar pudiendo llegar a la depredación y captura desmedida de peces sin respetar los ciclos naturales del recurso o los diferentes períodos de veda, logrando que el lugar no pueda desarrollarse sustentablemente al no poder preservar el ecosistema utilizado.

Sin embargo, en la Laguna no hay quien regule la pesca desmedida haciendo que las leyes se cumplan, tampoco hay hoy equipamiento e infraestructura turística ya que años atrás se contaba con los servicios turísticos necesarios pero luego una gran inundación arrasó con ellos, por lo que ello no deja que el deporte en el lugar pueda activarse de forma constante y redituable para el sector público (municipio) el cual podría fomentar el crecimiento de este recurso ofreciendo servicios y comodidades extra pesqueras a los turistas, incluyendo en sus planes a la comunidad de la zona para que puedan abrir fuentes de trabajo y así obtener ingresos de capital tanto para ellos como para el municipio pudiendo ayudar así a convertir y mantener nuevamente la sustentabilidad del lugar y el ambiente que los rodea.

Bajo este contexto, esta clase de turismo puede ser una gran opción para generar una oferta turística alternativa en la zona, teniendo en cuenta que se debe:

Coordinar acciones y políticas con las distintas autoridades municipales con el fin de dar cumplimiento a todo lo establecido; brindar asesoramiento técnico y capacitación a los prestadores del turismo pesquero y todas sus actividades conexas; brindar información al turista, visitante o habitante del lugar; controlar la calidad de los servicios prestados; generar un plan de promoción y difusión de turismo pesquero en la Laguna Mar Chiquita; y difundir el calendario de pesca en el lugar; entre otros aspectos.

3. OBJETIVO GENERAL

- Abordar el turismo dentro de la Laguna Mar Chiquita, Partido de General Arenales, provincia de Buenos Aires, con el fin de evaluar su potencialidad dentro del marco del turismo pesquero.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer posibilidades y limitaciones que el sector en estudio posee para desempeñarse como agente transformador frente a la explotación del turismo pesquero.
- Proponer posibles lineamientos de acción profesional con los diferentes actores sociales (públicos y privados) receptores del turismo pesquero en el lugar.

5. HIPÓTESIS

La falta de supraestructura y fomento del turismo pesquero en la Laguna Mar Chiquita de General Arenales impide el desarrollo sostenible y sustentable de dicha actividad, provocando la ausencia de una posible explotación de esta modalidad turística en estudio.

6. MARCO TEORICO

Para poder abordar esta investigación, es necesario tener en cuenta diversos aspectos teóricos que se relacionan con el tema de análisis. Ello se debe a que el turismo es un fenómeno social que comprende múltiples factores interrelacionados; en este sentido, el turismo de pesca recreativa en la Laguna Mar Chiquita, partido de General Arenales puede ser considerado desde este punto de vista.

6.1 El Turismo como factor de desarrollo

Es importante resaltar la conceptualización teórica del turismo para poder comprender el objeto en estudio desde una manera integral y descriptiva, ya que las aceleraciones que han experimentado los movimientos turísticos obliga a todos aquellos que directa o indirectamente tengan que ver con su desarrollo a estudiar la naturaleza de este fenómeno y necesariamente se debe comenzar por tratar lo referente a su definición, porque que el turismo, como fenómeno social complejo, puede tener distintos significados en función del papel, que en un momento dado, jueguen las personas que en él intervienen.

Podemos observar también otras perspectivas, como por ejemplo, desde el punto de vista de la ciencia económica, la cual clasifica a el turismo como un servicio, el de las ciencias geográficas la cual dice que el turismo constituye los desplazamientos de personas de un punto a otro de la superficie terrestre, y el de la perspectiva legal en la cual el turismo es considerado como el ejercicio del derecho de la libertad individual de tránsito que tienen las personas, y también desde el ámbito de la sociología en donde el turismo se presenta como una oportunidad para colmar necesidades que suelen dejarse de lado cuando el individuo se encuentra entregado a su vida de trabajo. Dichos conceptos solo responden a las necesidades de cada campo en el cual se enmarque su estudio y no pueden, por lo tanto, emplearse para tratar de conceptualizar el fenómeno como un todo (Miguel A. Acerenza, 1991).

Sin embargo, la definición que más interesa hoy es la proporcionada por la OMT (1994), la cual expresa que “el Turismo comprende a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. Por ende, debemos preguntarnos ¿qué es, en verdad, el turismo para la sociedad?, y en este sentido debemos decir que los resultados de investigaciones que se iniciaron en Alemania a partir de los años sesenta para conocer las motivaciones y comportamiento de la población durante sus periodos vacacionales, se extendieron a otros países cubriendo un

período de treinta años en donde se ponen en manifiesto que el turismo para la sociedad es, esencialmente, una actividad relacionada con el placer, el descanso, el desarrollo cultural y la recreación (Burkart y Medlik, 1974).

Con lo mencionado anteriormente podemos tomar al turismo como una forma particular de uso de tiempo libre. En efecto, si se analiza el empleo que hace el hombre de su tiempo libre es posible observar, como lo destaca Alberto Sessa (1998), que éste puede ser clasificado en tres grandes categorías:

- El tiempo de la vida natural, o biológico;
- El tiempo de trabajo; y
- El tiempo libre.

De acuerdo con esta clasificación, el tiempo de vida natural o biológico es aquel que el hombre dedica a satisfacer sus necesidades vitales, es decir, dormir, alimentarse, comer, y otras. El tiempo de trabajo, es el utilizado para llevar a cabo la ejecución de las actividades remuneradas destinadas al sustento. Finalmente, el tiempo libre es el empleado para disfrutar del ocio, es decir, el dedicado al esparcimiento, la distracción o el entretenimiento.

Según Munné (1980), “el tiempo libre puede definirse como aquel modo de darse el tiempo personal que es sentido como libre al dedicarlo a actividades autocondicionadas de descanso, recreación y creación para compensarse, y en último término no afirmarse la persona individual y socialmente”. Pero si nos abocamos a una definición más simple podemos citar una brindada por el Instituto de la UNESCO para la Juventud (1958), el cual lo define de la siguiente forma: “el tiempo libre es aquel del cual dispone el individuo, fuera de sus necesidades inevitables y obligaciones profesionales, familiares y sociales”.

Este tiempo libre del cual el hombre dispone para disfrutar del ocio, también puede ser dividido en tres categorías:

- El tiempo libre de fin de jornada;
- El tiempo libre de fin de semana; y
- El tiempo libre de las vacaciones.

Como es posible comprender, es muy difícil que una persona pueda dedicar su tiempo libre de fin de jornada para hacer turismo, cuando este exige, tal como se lo ha visto en la definición, un desplazamiento y una permanencia fuera de su lugar habitual de

residencia. Sin embargo nada impide que esta persona pueda disfrutarlo por medio de la distracción y el entretenimiento que le puede ofrecer el cine, el teatro o la televisión e, incluso, la práctica de algún deporte. En el caso del tiempo libre de fin de semana, un hombre puede optar entre la recreación y el turismo, para finalmente dedicar su tiempo libre de vacaciones a la práctica del turismo (Miguel A. Acerenza, 1991).

Al unir al turismo con el tiempo libre podemos ligarlo con la recreación, y como sucedió anteriormente, sobre ésta también existe una gran variedad de definiciones y conceptos. Según Boullón (1981), “la recreación es una forma de uso de tiempo libre en periodos reducidos de tiempo”, y por nuestro caso la entendemos como cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice con una actividad placentera. “No es en realidad la actividad la que define el sentido de la recreación, sino la actitud adoptada por el individuo durante el uso que realice de su tiempo libre” (Miguel A. Acerenza, 1991). En este sentido el hombre se puede recrear por medio del ejercicio de algún trabajo, o lo que se conoce como el “uso creativo del tiempo libre”, a través de la práctica directa de deportes, o como simple espectador, y también al concurrir al teatro o al cine, o al ver televisión, leer un libro, y lógicamente realizar un viaje vacacional, por lo que podemos afirmar en este contexto, que el turismo es una forma particular de recreación.

Comprendiendo las conceptualizaciones teóricas que se presentan al hablar del turismo, el tiempo libre y la recreación, debemos describir una práctica usual del mismo que se da en el sector de nuestro objeto de estudio, la Laguna Mar Chiquita del partido de General Arenales, y corresponde al turismo alternativo, que abarca y acoge la pesca recreativa que se realiza diariamente en el lugar.

6.2 El turismo alternativo

Según la Tourism British Columbia (2005), el turismo alternativo es la contra parte del turismo convencional y puede conocerse también como turismo especializado, en el cual se desprenden diversas actividades como observación de aves, canotaje, snowboarding, ciclismo de montaña, windsurf, caza, pesca, entre otros. Para el SECTUR (2007), este tipo de turismo “surge como una contraposición al turismo convencional de masas, especialmente al modelo de ‘soy y playa’, ya que busca que los viajes se lleven a cabo en localidades con gran capital ambiental y en espacios y lugares desconocidos, estimulando el desarrollo y la superación personal”.

Considerando ambas definiciones e interesándonos en éste trabajo de investigación en el turismo alternativo de pesca, podemos misturar este concepto con el de turismo de naturaleza, surgido en 2005 como producto de una discusión en el ámbito internacional respecto a la pertinencia de mantener el término de turismo alternativo como sinónimo de experiencias turísticas-recreativas basadas en el disfrute del capital ambiental e histórico-cultural. En por ello que se concuerda usar el término de turismo de naturaleza para definir aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la ésta y con las expresiones culturales de un lugar con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la conservación de los recursos naturales y culturales, y para que todo ello funcione los proyectos de turismo de naturaleza deben ser ecológica y tecnológicamente viables, económicamente rentables y social y culturalmente aceptables.

Según el SECTUR (2007), el turismo de naturaleza “tiene diversas manifestaciones, dentro de las cuales se encuentran el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural” y a partir de ello la Tourism British Columbia nombra las actividades consideradas como turismo de naturaleza (derivadas del turismo alternativo): Observación de aves, recorrido de ríos, observación de ballenas, excursionismo, caza, recorridos a caballo, gastronomía local, pesca y otros.

Desde la perspectiva social, el turismo de naturaleza, pretende motivar el esparcimiento a través de un reencuentro con el medio ambiente, difundir la preservación de tradiciones y costumbres a fin de reforzar la identidad nacional y promover el arraigo territorial. La SECTUR (2007), menciona que “respecto al medio ambiente, el turismo de naturaleza pretende promover el uso alternativo y la preservación de los recursos naturales, contribuir al desarrollo de una cultura de cuidado y protección de las áreas naturales entre turistas, comunidades y empresarios y promover el cambio de racionalidad de los residentes y visitantes respecto al valor de la naturaleza y los servicios ambientales derivados de ella”.

Por otra lado, periodistas de la Revista “El Pato” junto con Subsecretarios de Turismo, Cultura y Deportes de diferentes provincias de nuestro país (2004), destacaron acciones para promover la pesca como parte íntegra turismo alternativo, mencionando así que “la pesca deportiva y/o recreativa es un producto dentro del turismo alternativo en el que se tiene la posibilidad de practicarla durante todo el año, al igual que los paseos en kayak y diferentes embarcaciones o el avistaje de aves entre otras posibilidades, recursos con los

cuales se cuenta hoy y se puede ofrecer gracias a los diferentes prestadores de servicios que se capacitan para ello”.

Para poder concluir en este contexto podemos decir que el turismo alternativo es practicado desde ya hace muchos años en nuestro sector en estudio, la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, ya que sin intervalos y siempre consecutivamente pescadores de la zona y de hasta 200 kilómetros de alrededores se acercan hasta ella para realizar lo que se llama “pesca recreativa”, concepto fundamental dentro de nuestro trabajo de investigación, que desarrollaremos detalladamente a continuación.

6.3 La pesca recreativa

Considerando al turismo como una actividad de tiempo libre y recreación, nuestro objeto en estudio nos permite desarrollar la conceptualización teórica de la pesca recreativa dentro de la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, ubicando dicho concepto dentro del marco de una actividad de turismo alternativo desarrollado en contacto directo con la naturaleza.

En simples palabras, la pesca recreativa es aquella actividad en la que se realiza la extracción de peces por diversión y sin fines comerciales, pudiendo tener propósitos deportivos, recreacionales, de pasatiempo, de competición o la simple captura de peces para consumo propio, todo ello sin fines de lucro, practicándose en ríos, lagos, lagunas, tanques, embalses y hasta en el mar.

En Abril del año 2008 se dio la publicación en Chile de la Ley de Pesca Recreativa, y si bien ella no tiene validez en nuestro país, podría ser altamente aplicable ya que el objetivo de la misma es fomentar la actividad de pesca recreativa, conservando las especies hidrobiológicas y protegiendo su ecosistema, fomentando las actividades económicas y turísticas asociadas a la actividad y fortaleciendo la participación regional, entendiendo a la misma como “la actividad pesquera realizada por personas naturales que tienen como objetivo la captura de especies hidrobiológicas con aparejos de pesca de uso personal, sin fines de lucro para el pescador y con propósito de deporte, turismo o entretenimiento”. En el Artículo 3° de dicha ley se realizan algunas definiciones para los efectos de la misma, óptimas para nuestro objeto de estudio, la pesca recreativa en la Laguna Mar Chiquita de General Arenales. Ellas son:

- a) Área preferencial para la pesca recreativa: sección de cursos o cuerpos de aguas terrestres de una cuenca, que comprende sectores independientes que requieren de

un manejo integrado para la conservación de la fauna íctica y el desarrollo de actividades de pesca recreativa.

- b) Área degradada: sección de cursos o cuerpos de aguas terrestres de una cuenca, que ha sido alterada por acción antrópica o natural, produciendo la disminución significativa de la abundancia de las especies de importancia para la pesca recreativa o de la fauna íctica nativa. El manejo de éstas áreas se orientará hacia la finalidad de incrementar la abundancia y tamaño de los ejemplares de la población.
- c) Aparejo de pesca de uso personal: todo sistema o artificio preparado para la captura de especies hidrobiológicas, asociados a una modalidad de pesca recreativa, formando una línea, lastrada o no, dotada de anzuelos, manipulada directamente o a través de una estructura que facilite su operación.
- d) Caudal mínimo para efectos de pesca recreativa: cantidad de agua que asegura la adecuada disponibilidad de hábitat para los distintos estudios vitales de las especies hidrobiológicas presentes en un área preferencial y el adecuado ejercicio de las actividades de pesca recreativa.
- e) Guía de pesca: persona natural con conocimiento o experiencia en pesca recreativa que desarrolla actividades de turismo por cuenta propia o ajena, dirigiendo personalmente expediciones de pesca recreativa.
- f) Operador de pesca: persona natural o jurídica que organiza expediciones turísticas para realizar actividades de pesca recreativa, con fines de lucro.
- g) Repoblación: acción que tiene por objeto introducir especies hidrobiológicas en un cuerpo de agua, en el cual se encuentren o se hayan encontrado anteriormente, con la finalidad de aumentar o reestablecer poblaciones originales.
- h) Siembra: acción que tiene por objeto introducir, en un área determinada, especies hidrobiológicas sin presencia natural en su área.

Cabe destacar, que ambos puntos descriptos anteriormente coinciden y pueden ser óptimamente aplicables dentro de nuestro objeto de estudio, ya que la actividad en el lugar es practicada tan frecuentemente que es necesario el uso de dichas definiciones y hasta la creación de una ley que avale la actividad en nuestro país.

Teniendo las referencias y denominaciones mencionadas anteriormente es correcto que debamos hacernos un par de preguntas: ¿Qué tan importante son los lugares de pesca recreativa para el turismo de un lugar?, ¿A quiénes beneficia la práctica de la actividad?, y ¿Cómo es el comportamiento y las motivaciones de un pescador?, dichas preguntas

pueden ser respondidas significativamente con las citas de los siguientes autores: Willhuber y López (1997), analizan la pesca recreativa y/o deportiva como “una actividad que impacta de diversas maneras en los distintos sectores sociales que se vinculan a ella”, ya que para el Estado de la provincia en la cual se practica esta actividad es “un recurso genuino de gran potencialidad económica, turística y ecológica, además de ser un recurso renovable y sostenible”, para el sector económico vinculado es “un negocio donde se comprende a los guías de pesca, los hoteles, las estaciones de servicios que proveen combustible a los pescadores, los comercios de venta de mercaderías, etc.”, y para el pescador es “un momento indescriptible, personal y único, por la hermosura del paisaje, la lejanía de las grandes ciudades y la acción ‘desestresante’ de la actividad”. Para los autores, la pesca deportiva y/o recreativa genera en todo el país “una actividad económica poco analizada, poco valorizada y por lo tanto poco explotada en su dimensión, entendiendo a la misma como una actividad capaz de permanecer a lo largo de los años, siendo una práctica que genera compra de equipamiento, movimiento de hotelería, consumo de combustible y de alimentos, servicios turísticos, actividades de esparcimientos complementarias, tanto para el pescador como para su familia que lo acompaña, sumándole a ello la gran cantidad de puestos de trabajo que contempla la actividad y el concreto movimiento de dinero que asocia”. Coincidiendo con los dos autores y haciendo una clara unión de la pesca y el turismo para lograr comprender un poco más el objeto de estudio, podemos citar también a Monique Pariat (2013), la cual menciona que “en el lado de la demanda, la industria del turismo está experimentando un importante crecimiento” y según un estudio realizado por el Consejo Mundial de Turismo, alrededor del 10% de todos los nuevos puestos de trabajo que se crearon en el año 2012 se hicieron en el sector turístico, por lo que la autora afirma que “además de esta dinámica de fuerte crecimiento, el sector turístico se está diversificando. Cada vez más el interés de los turistas va más allá del ‘sol y playa’, dirigiéndose a nuevas actividades y experiencias que los alejan de la oferta tradicional. Y con respecto a esta oferta, las zonas de pesca cuentan con abundantes atractivos para los turistas. Aparte de las actividades de playa y ocio en general, el turista también busca placeres de un entorno natural, pescado fresco en abundancia y la riqueza del patrimonio cultural pesquero. Para ello la oferta turística de las zonas de pesca debe ir adaptándose e incluir paquetes completos de actividades, con objeto de seguir siendo atractiva en un mercado tan competitivo como el turístico. De ésta manera, el turismo se convertiría en una fuente importante de ingresos adicionales para la comunidad pesquera”. A su vez, si nuestro deseo es conocer el pensamiento del pescador de hoy y las motivaciones que impulsan a éste a desplazarse

desde su lugar de origen a un lugar de destino natural en donde pueda practicar la pesca recreativa, debemos citar a Wilman Merino Licenciado en Ciencias de la Educación y uno de los profesionales más prestigiosos del medio que trabaja en Canal de la Ciudad, en Weekend, en Diario Popular (en su proyecto “¡Viva la pesca!”) y en las revistas Vacaciones & Turismo, Mundo Náutica y El Pato, y además de todo ello es un gran lector y un aficionado pescador, que en una entrevista hace referencia al pescador recreativo de hoy y menciona que “el pescador del siglo XXI no puede permanecer arraigado a las costumbres del pasado: la población aumenta exponencialmente, los ámbitos están cada vez más castigados por sobre la explotación, la contaminación y la falta de cuidado general de la dinámica acuática (falta de resiembra, ausencia de compuertas, desvío de canales para el riego de la ‘patria sojera’, etc.). Por eso cada pescador no debe ser un problema más, sino una parte de una solución. Debe ser un conservacionista de los ámbitos naturales hasta tanto no haya en el país una cultura fuerte de resiembra. Más allá de saber pescar debe comprender la necesidad de preservar las especies y los ámbitos en los que habitan y acatar las reglamentaciones”.

Para concluir, podemos decir que el turismo es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre, que junto con las actividades recreativas como la de nuestro objeto de estudio y el desarrollo creciente de los sistemas de transporte, hacen que alrededor del turismo se vayan formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento, y esas relaciones en conjunto forman un sistema. En dicho sistema a continuación veremos la importancia de cumplir con las condiciones básicas necesarias para el desarrollo del turismo de pesca dentro de la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, siendo capaces de poder ofrecer lugar donde alojarse, lugar donde comer, facilidad de acceso, y algo más que haga al objeto de estudio único.

6.4 El sistema turístico

Como mencionamos anteriormente, el turismo tiene su funcionamiento gracias a un sistema que conecta todas y cada una de las partes involucradas en el mismo, es decir, que para poder comprender y explotar un lugar turístico como el que pretendemos a lo largo de este trabajo de investigación, hace falta que entendamos las relaciones que lo hacen andar, y para ello debemos hacer hincapié en algunas denominaciones teóricas: qué es, como está conformado y como funciona un sistema turístico, qué son y qué importancia tienen los recursos, los atractivos turísticos y los equipamientos e instalaciones para los mismos.

Boullón (1991) menciona que “el Sistema Turístico es el conjunto de entidades públicas y privadas que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos”. Para el autor, el sistema turístico es un conjunto de elementos ordenados de acuerdo a sus funciones que se enlazan entre sí por medio de las reglas del mercado: oferta, demanda y regulación, manteniendo al mismo tiempo diferentes relaciones de intercambio con otros sistemas de diferentes rangos. Para éste, el sistema turístico no está aislado ni desconectado del medio exterior, ya que la interdependencia constante con este da al sistema turístico un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo.

El elemento dinámico del sistema turístico es el turista, por el cual va a entrar en funcionamiento, ya que es este mismo quien pone en movimiento al sistema al trasladarse desde su lugar de origen a través de la ruta de tránsito hasta su destino, atraído de alguna u otra manera por un recurso o atractivo turístico, volviendo de regreso nuevamente a su lugar de origen.

Un recurso es lo que expondremos a lo largo del trabajo, que según la SECTUR (2002), “los llamados recursos turísticos son la base del desarrollo turístico, y en función de su atractivo y singularidad, pueden tener una gran influencia en la elección del destino. Buena parte de los mismos son atractivos de carácter natural o cultural y, por su fragilidad e inestimable valor su protección y buena gestión ha de ser una prioridad. De lo contrario se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico”. Burkart y Medlik (1986), clasifican los recursos en función que sean recursos propios, capaces de motivar un desplazamiento turístico por sí mismo independientemente de su localización y los recursos orientados al usuario en los que la ubicación juega un papel importante incluso en el propio recurso en sí mismo.

La OMT (2003), clasifica los recursos turísticos en cinco grupos:

1. ESPACIOS NATURALES; que engloban todos aquellos lugares que tienen un valor paisajístico, al margen de sus equipamientos e instalaciones. Incluyéndose recursos tales como la flora, fauna, casa o pesca.
2. MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTORICAS; donde se incluye todo el conjunto de recursos de naturaleza cultural que tienen valor artístico, histórico o monumental.
3. FOLKLORE; que comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y las tradiciones de la población.

4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS; que abarcan los recursos que, por su singularidad o alguna excepcionalidad, tiene interés turístico.
5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS; como su propio nombre lo indica, aglutinan todas las manifestaciones y eventos organizados que puedan tener capacidad de atracción para el turista.

Existiendo una relación entre las distintas cinco categorías, podemos decir que la primera son los recursos orientados al usuario, el esparcimiento y el ocio; la segunda es aquella en la cual el recurso se denomina como propio y se ve orientado al turista; y la tercera, va a depender del tipo de usuario y las características físicas y ecológicas del recurso. Los recursos que requieren de inversión económica para poder ofrecer un producto más completo son acompañados de construcción de infraestructura para transformar el aspecto físico del lugar para tal fin, pero para ello debe haber una planificación previa y así poder evitar afectaciones a la calidad del medio ambiente natural y el entorno de la sociedad.

Asimilando recurso con atractivo turístico, Zimmermann (1957), define a estos últimos como “elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico”. En el Diccionario de terminología turística de la Dirección Nacional de Turismo de Argentina (1970), se lee que un atractivo turístico es “el elemento natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo que pueda generar suficiente interés para atraer turistas”. Por otra parte, Acerenza (1984), los identifica como el componente más importante del producto turístico ya que para él son “los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización”, apuntando asimismo que “constituyen el principal motivo para que el turista lo visite (al destino), pudiendo ser capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas).

En definitiva, un atractivo turístico es cualquier elemento que pueda inducir a un turista a que se traslade a un determinado lugar para visitar ese elemento, al cual llamamos Atractivo; y según Boullón (1997), estos se clasifican en diferentes tipos:

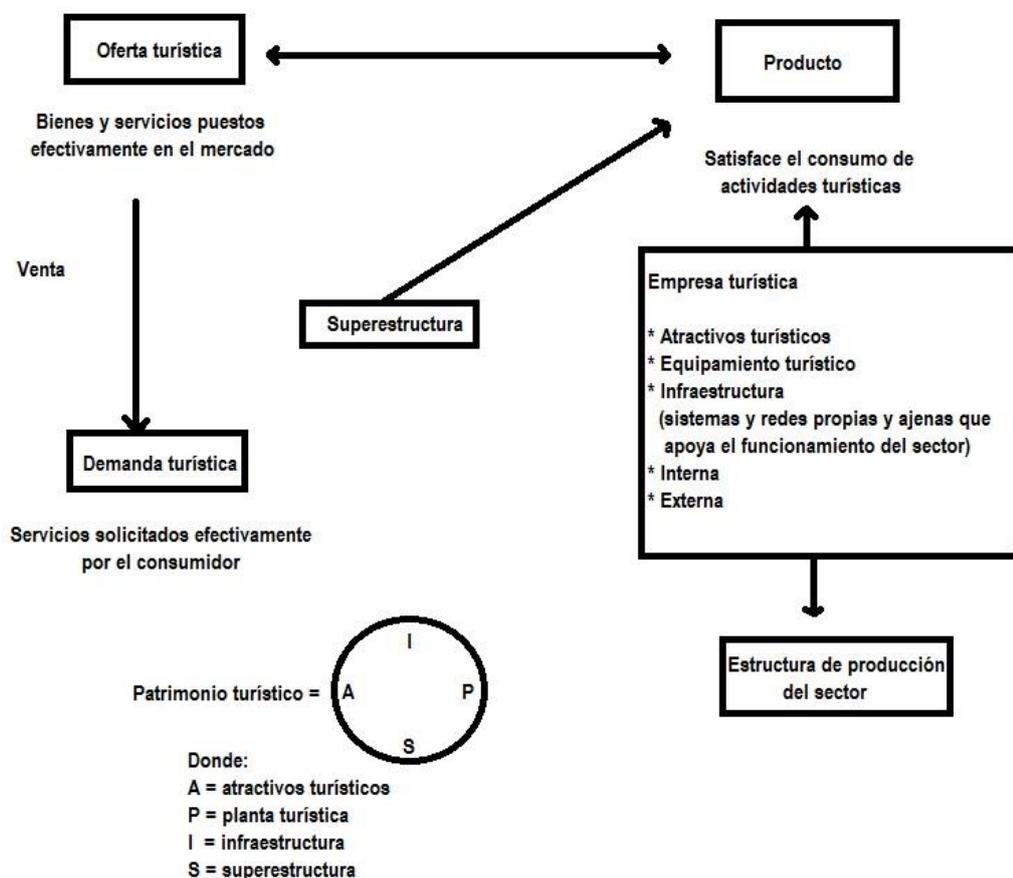
Clasificación de los atractivos turísticos

Categoría	Tipo
I. SITIOS NATURALES	I.1 Montañas I.2 Planicies I.3 Costas I.4 Lagos, Lagunas y Esteros I.5 Ríos y Arroyos I.6 Caídas de Agua I.7 Grutas y Cavernas I.8 Lugares de observación de Flora y Fauna I.9 Lugares de Caza y Pesca I.10 Caminos Pintorescos I.11 Termas I.12 Parques Nacionales y Reservas de Flora y Fauna
II. MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES HISTÓRICAS	II.1 Museos II.2 Obras de Arte y Técnica II.3 Lugares Históricos II.4 Ruinas y Sitios Arqueológicos
III. FOLKLORE	III.1 Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares III.2 Ferias y Mercado III.3 Música y Danzas III.4 Artesanías y Artes Populares III.5 Comidas y Bebidas Típicas III.6 Grupos Étnicos III.7 Arquitectura Popular
Categoría	Tipo
IV. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS	IV.1 Explotaciones Mineras IV.2 Explotaciones Agropecuarias IV.3 Explotaciones Industriales IV.4 Obras de Arte y Técnica IV.5 Científicos y Técnicos
V. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	V.1 Artísticos V.2 Deportivos V.3 Ferias y Exposiciones V.4 Concursos V.5 Fiestas Religiosas y Profanas V.6 Carnavales V.7 Otros

Cuadro I. Boullón (1997)

En la representación gráfica siguiente del sistema turístico realizada por Boullón (1997), vemos que en el lado izquierdo se registra un punto de partida, originando así el encuentro oferta-demanda turística a través de un proceso de venta que llamamos “producto turístico”, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, como observamos en el lado derecho del gráfico. En el centro del mismo tenemos la supraestructura turística, siendo su función el control de la eficiencia del sistema, vigilando asimismo la interrelación de las partes y el funcionamiento eficaz del sistema.

Funcionamiento del Sistema Turístico



Cuadro II. Boullón (1997)

La estructura de la producción es la planta turística y se encuentra integrada por dos elementos: 1) el equipamiento; y 2) las instalaciones.

1. El equipamiento turístico, según Boullón (1985), es aquel que “incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que prestan los servicios básicos al turista, tales como hoteles, restaurantes, transporte turístico, agencias de viajes, etc.”.

En el siguiente gráfico veremos la clasificación de los mismos según el autor:

Clasificación de los elementos del equipamiento turístico

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. Alojamiento	1.1 Hoteles
	1.2 Moteles
	1.3 Hosterías y posadas
	1.4 Pensiones
	1.5 Aparthoteles
	1.6 Condominios (unidades o conjuntos)
	1.7 Casas (unidades o barrios)
	1.8 Cabañas
	1.9 Albergues
	1.10 <i>Trailer parks</i>
	1.11 <i>Campings</i>
	1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes
	2.2 Cafeterías
	2.3 Quioscos
	2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)
3. Esparcimiento	3.1 <i>Night clubs</i>
	3.2 Discotecas
	3.3 Bares
	3.4 Casinos y otros juegos de azar
	3.5 Cines y teatros
	3.6 Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, etc.)
	3.7 Clubes deportivos
	3.8 Parques temáticos
4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes
	4.2 Información
	4.3 Guías
	4.4 Comercio
	4.5 Cambios de moneda
	4.6 Dotación para congresos y convenciones
	4.7 Transportes turísticos
	4.8 Primeros auxilios
	4.9 Guarderías
	4.10 Estacionamientos

Cuadro III. Boullón (1997)

2. Las instalaciones definidas también por Boullón (1985), son “todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas”, y según el mismo se clasifican de la siguiente manera:

Clasificación de las instalaciones turísticas

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. De agua y playa	1.1 Marinas 1.2 Espigones 1.3 Muelles 1.4 Palapas, quinchos o ramadas 1.5 Carpas o tiendas 1.6 Sombrillas 1.7 Reposeras 1.8 Observación submarina
2. De montaña	1.1 Miradores 1.2 Circuitos de senderos 1.3 Refugios 1.4 Funiculares 1.5 Teleféricos 1.6 <i>Ski lift</i> 1.7 <i>Poma lift</i>
3. Generales	1.1 Piscinas 1.2 Vestuarios 1.3 Juegos infantiles 1.4 Golf 1.5 Tenis 1.6 Otros deportes 1.7 Pasarelas, puentes

Cuadro IV. Boullón (1997)

Con ambas clasificaciones, podemos mencionar que para que el sistema turístico pueda funcionar, se debe contar con una infraestructura adecuada para el espacio turístico y la misma debe estar dotada de bienes y servicios para sostener estructuras productivas y sociales, vinculando los asentamientos sociales y resolviendo las necesidades de los mismos, permitiendo la libre y fácil circulación de personas, mercaderías, energía y otros. Según Goeldener y Ritchie (2011), mencionan que “uno de los elementos más básicos de la construcción es la infraestructura de la región, la cual consiste de toda la superficie y el desarrollo de la construcción sobre esta tal. Como son el sistema proveedor de agua, línea de gas, sistema de drenaje, carreteras, vías de comunicación, y muchas facilidades comerciales”. Blanco (2008), define la infraestructura turística como “la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal, condiciona el desarrollo turístico”. Es decir, la infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa, pero por su parte, la infraestructura turística como se mencionó, permite el desarrollo turístico, y es por ello que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que este requiera. De acuerdo con la Secretaria de Turismo (2005), “la infraestructura turística debe estar a disposición de todas las personas que

integran una comunidad, sean residentes o visitantes, la función básica de ésta es satisfacer las necesidades de dicha comunidad”. En el siguiente gráfico observaremos como Boullón (1997) clasifica a ésta:

Clasificación de la infraestructura

Categoría	Tipos	Subtipos
I. TRANSPORTE	I.1 Terrestre I.2 Aéreos I.3 Acuático	I.1.1 Red de carreteras I.1.2 Servicios para el Turista I.1.3 Servicios para el Automotor I.1.4 Señalización I.1.5 Servicios de Transporte I.1.6 Terminales de Autobuses I.1.7 Red Ferroviaria I.1.8 Red de Calles I.2.1 Servicio Aéreos I.2.2 Terminales I.3.1 Marítimo I.3.2 Servicio de Transporte I.3.4 Terminales I.3.5 Fluvial y Lacustre
II. COMUNICACIONES	II.1 Postales II.2 Telegráficas II.3 Télex II.4 Telefónica	
III. SANIDAD	III.1 Red de Agua III.2 Red de Drenaje III.3 Recolección de Basura III.4 Salud	III.4.1 Primeros Auxilios III.4.2 Hospitalización
IV. ENERGÍA	IV.1 Red Eléctrica IV.2 Combustible	IV.1.1 Alumbrado Público IV.1.2 Servicios IV.2.1 Gasolina IV.2.2 Gas

Cuadro V. Boullón (1997)

En relación con dichos gráficos de Boullón (1997), podemos mencionar que el objeto de estudio en este trabajo referido a la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, es un recurso ubicado en la categoría de espacio natural, ya que como bien menciona la OMT, el mismo engloba un valor paisajístico, al margen de sus equipamientos e instalaciones (ya que el sitio carece de los mismos), siendo en esta categoría incluida la flora y la fauna

así como la caza y/o la pesca, por lo que podemos decir que nuestro lugar de interés en este trabajo comprende a la fauna y también la pesca, pero para poder ofrecer a éste como un producto más completo, va a requerir de inversión económica haciendo que el mismo sea acompañado de equipamientos e instalaciones turísticas mediante una construcción de infraestructura, para poder transformar el aspecto físico del lugar y así convertir dicho recurso en un imponente atractivo en la zona, y para que todo ello funcione es necesario desarrollar una adecuada planificación turística del sitio, por lo que debemos conocer con exactitud el concepto de la misma y su desarrollo, para luego poder aplicarlo exitosamente en nuestro objeto de estudio.

6.5 La planificación turística

Tal como lo mencionamos anteriormente, para desarrollar y explotar el turismo de pesca recreativa en la Laguna Mar Chiquita, debemos conocer qué es y cómo se desarrolla una planificación turística, por lo que es importante citar a Molina (1986), que la describe de manera general como “el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico”. Como la anterior, hay también otros diferentes autores y definiciones sobre la planificación, pero la más completa podría ser la de Ander-Egg (2004), que expresa que “la planificación es la acción consistente en utilizar un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos limitados”. Pearce (1989), grafica el proceso de la planificación turística para entenderlo mejor de la siguiente manera:

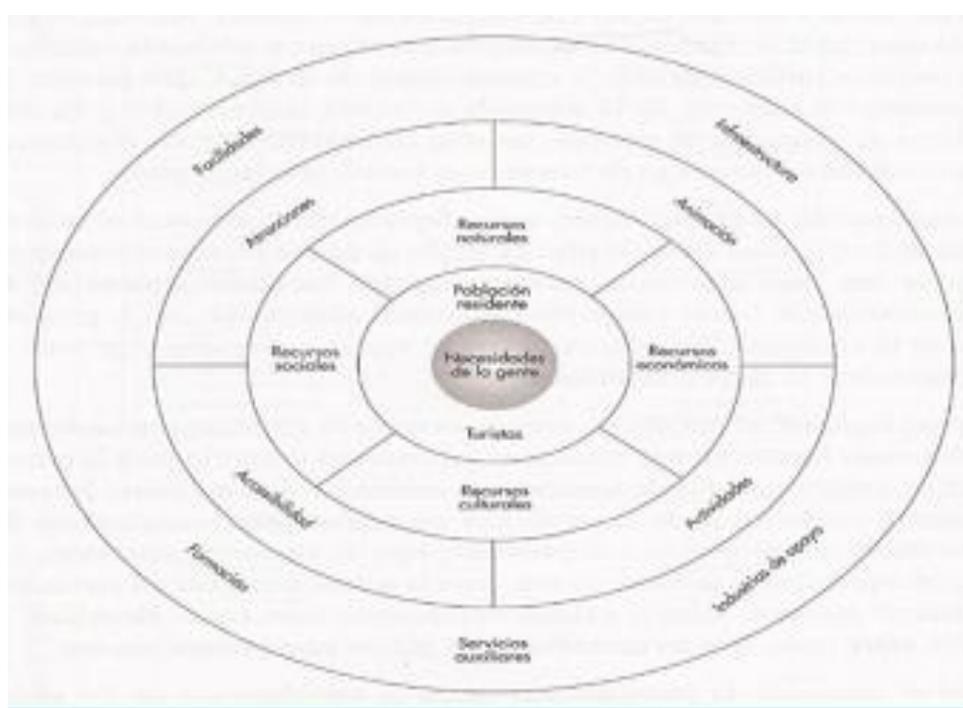


Cuadro VI. Pearce (1989)

Podemos mencionar así que un correcto plan estratégico para que funcione debe integrar todos los aspectos del desarrollo turístico, es decir, recursos humanos, socioculturales y medioambientales; apoyándose además en mecanismos y estudios de impactos positivos y negativos que el proyecto pueda llegar a tener en un ambiente natural, social y económico, comparando situación pasada con situación presente y situación presente con una proyección de una situación futura, permitiendo minimizar o eliminar aspectos negativos que puedan presentarse en el proyecto a realizar.

La OMT (1990), presenta un ejemplo gráfico jerarquizando las necesidades que se deben tener en cuenta en la elaboración de un plan turístico:

Jerarquía de necesidades básicas: plan turístico



Cuadro VII. OMT (1990)

Este modelo de planificación propuesto por la OMT (1999), consiste en concebir al sistema turístico integrado por dos grandes componentes: 1) la oferta; y 2) la demanda. La primera considera el conjunto de atracciones, transportes, servicios y promoción que dan lugar a la creación y comercialización de productos turísticos, además de las infraestructuras que sirven de soporte, y la segunda refiere a los mercados turísticos actuales y potenciales, nacionales y extranjeros.

Concluyendo, lo que hace el sistema turístico con una correcta planificación es el resultado de un producto turístico, el cual se puede explotar y ofrecer al público interesado, por ello debemos a continuación describir una correcta denominación del mismo para lograr entenderlo mejor.

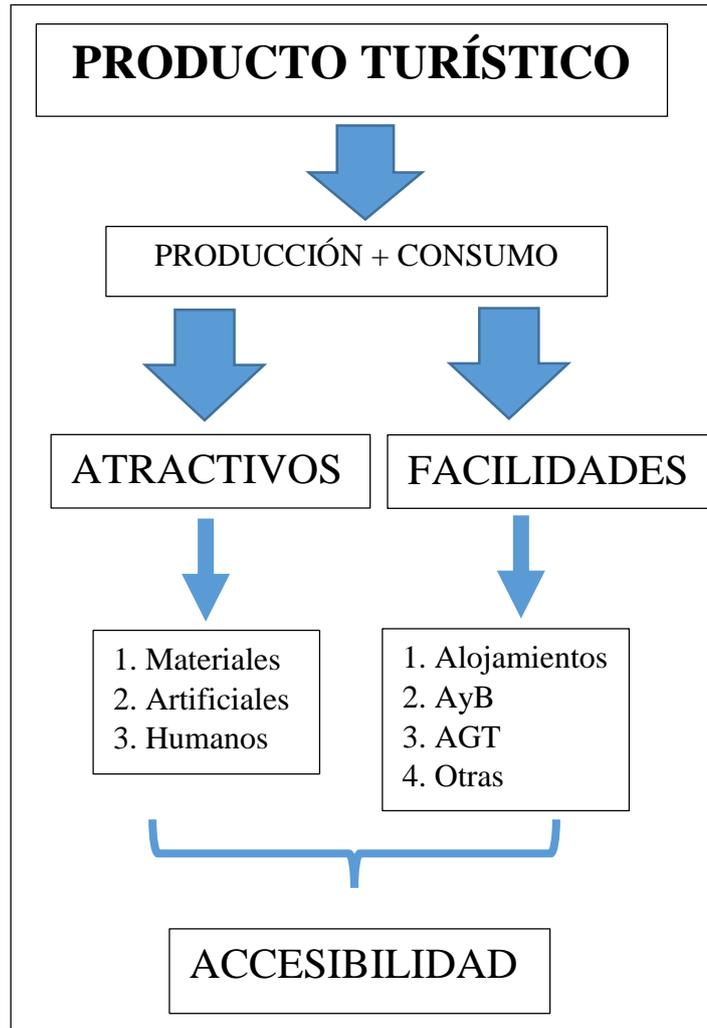
6.6 El producto turístico

Como anteriormente mencionamos, al explicar que es y cómo funciona el sistema turístico en conjunto con sus diferentes componentes, debemos desarrollar a continuación qué es un producto turístico. Así, a medida que avancemos a lo largo de este trabajo de investigación y terminemos de describir las conceptualizaciones teóricas podremos exponer en concreto el tema en estudio, analizando y conociendo mediante un correcto diagnóstico el destino turístico de pesca recreativa elegido: la Laguna Mar Chiquita de General Arenales.

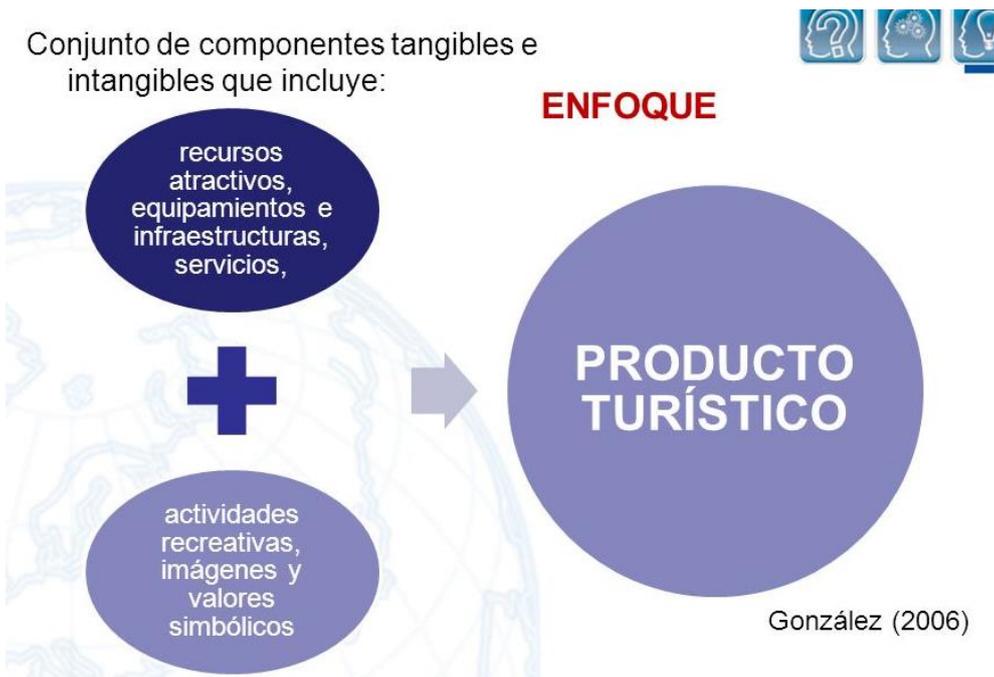
Existen distintas definiciones del producto turístico y todas dependen del momento y lugar en las cuales se desarrollan. Para la OMT (1998), el producto turístico es “el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores”, y desde el punto de vista conceptual, para Acerenza (1993), el producto turístico “no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Siendo en realidad un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso”. Más tarde, la SECTUR (2004) también definió la conceptualización de producto turístico, mencionando que “es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a determinados grupos de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre”.

Partiendo de ambas tres definiciones, podremos decir que el producto turístico es el accionar del sistema turístico, y lo que hace que sea diferente del resto de los otros tipos de productos es el hecho que en éste la producción y el consumo se dan simultáneamente en tiempo y espacio, comprendiendo atractivos (ya sean materiales, artificiales o humanos) y facilidades (es decir, formas de alojamientos, industria de bebida y alimento, agencias de viajes, y otras), y por último, para terminar de completar ese producto, se requiere que dichos atractivos sean accesibles, es decir, se requiere de accesibilidad.

Producto turístico y sus componentes



Cuadro VIII. Fuente de elaboración propia.



Cuadro IX. Gonzáles (2006)

Visualizando ambos cuadros, podemos decir que el producto turístico se formula en conjunto con las variadas estrategias de marketing pensadas para el mismo, y para ello se debe pasar de una fase a otra, adecuándose a los entornos cambiantes de diversos competidores y turistas, y por esa misma razón las instalaciones turísticas deben planificar constantemente adecuadas estrategias para que cada fase del ciclo de vida producto turístico pueda desarrollarse con éxito.

Para poder lograr explotar nuestro producto turístico, la pesca recreativa en la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, y pensarlo para poderlo ofrecer a un segmento del mercado, debemos usar términos de marketing, ya que el posicionamiento es lo que va a definir la imagen de éste producto o de cualquier otro, de manera que se logre hacer una diferencia de los demás sitios competidores que ofrecen un producto turístico similar, haciendo que el público objetivo la capte, y debiéndonos desarrollar con nuestra estrategia hacia un segmento deseado al cual nos queremos dirigir (ya que es imposible abarcarlo todo), pero para poder comprender mejor lo mencionado, debemos definir a continuación qué es el marketing turístico y cómo se comporta.

6.7 El marketing dentro del turismo

Como expresamos anteriormente, el marketing tiene suma importancia para la oferta y explotación de un atractivo turístico, ya que los turistas generalmente visitan un lugar por la buena imagen y comentarios del mismo, por ello es que dentro de cualquier planificación turística de un producto debe existir una que corresponda al marketing. Krippendorf (1971), menciona que “el marketing turístico es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado”, y del análisis de dicha definición se pueden derivar las siguientes consideraciones: la necesidad de vertebrar una política turística integradora, no sólo entre las diferentes instituciones públicas en los diversos ámbitos territoriales, sino que, a su vez, la iniciativa privada y pública deben actuar de forma coordinada; se deben elegir ciertos grupos de consumidores, esto es, segmentos de demanda que aun siendo diferentes sean compatibles entre sí para que la satisfacción sea óptima, puesto que de no ser así existe la posibilidad de que sean captados por otros destinos de competencia, y para evitar ello es imprescindible que el producto se defina conforme a las expectativas del público objetivo; por último, el objetivo final debe ser económico, es decir, debe suponer un beneficio para la organización, ya sea en términos privados (rentabilidad económica) o

en términos públicos (efecto multiplicador en la economía de la zona). En pocas palabras y a nuestro entender, las operaciones del marketing turístico tienen que guardar, en su desarrollo, un adecuado compromiso entre la necesidad de satisfacer al visitante o turista y el beneficio pretendido, ya que en definitiva el concepto de gestión de marketing turístico se apoya en tres elementos básicos: 1) satisfacción de las necesidades del turista (vacaciones, ocio, etc.); 2) diseño y promoción del producto turístico (conjunto de bienes y servicios); y 3) función de intercambio, realizado por canales de distribución, que permitan poner en contacto a la demanda con la oferta, generando un beneficio. Kloter y Zaltman (1971), mencionan que “el marketing recreacional es el diseño, la implementación y el control de programas calculados para influenciar la aceptabilidad de ideas sociales, involucrando consideraciones de producto, planeación, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”. Con ello podemos decir que el marketing recreacional trata de estimular el descanso, el disfrute y el entretenimiento de los consumidores y debe trabajar en conjunto con dos actores más: con aquellas personas que desarrollan y organizan tales acciones de entretenimiento y esparcimiento; y con aquellas personas que patrocinan y brindan soportes materiales y económicos para financiar las actividades mencionadas anteriormente. Es decir, se trabaja en equipo con los mercados consumidores, los organizadores y los patrocinadores, dirigiéndose el marketing todo su esfuerzo a estos.

Para el desarrollo del atractivo turístico de nuestro objeto de estudio, la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, y de sus alrededores rurales, es imprescindible y necesario utilizar correctamente las herramientas que el marketing turístico nos ofrece, y para ello se debe trabajar conjuntamente con el mercado turístico involucrado, concepto que describiremos brevemente para mayor entendimiento a continuación.

6.8 El mercado turístico

Sin mercado no existiría la explotación de los atractivos turísticos, ya que sin demanda no hubiese oferta, y en el caso de éste trabajo de investigación que corresponde a la pesca recreativa en Laguna Mar Chiquita de General Arenales, sin pescadores no existiría la oferta y explotación de nuestro atractivo; por lo que es necesario analizar el mercado y como éste se conforma, por vendedores y compradores (oferta y demanda), que realizan un intercambio de beneficio mutuo intercambiando bienes y servicios por dinero. En base a ello, lo que nos interesa a nosotros en nuestro trabajo es el mercado asociado a la pesca recreativa, que misturado con lo mencionado anteriormente, es decir, con el marketing recreacional y/o turístico nos lleva a describir tres grupos:

- El mercado consumidor: compuesto por personas que directa o indirectamente se benefician con el desarrollo y la ejecución de actividades como las de esparcimiento y entretenimiento promovidas en destino turístico;
- El mercado organizador: compuesto por todos los trabajadores que participan en la concepción, la ejecución y el control de las actividades anteriormente mencionadas; y
- El mercado patrocinador: conformado por instituciones públicas y privadas, y todos aquellos interesados en comprometerse a formar parte de las ideas relacionadas a las actividades del lugar del destino turístico.

Definido que es el turismo y como la pesca recreativa tiene lugar dentro del tipo de turismo alternativo, pudimos comprender además que es el sistema turístico y cuáles son sus componentes, como se planifica y como se llega a obtener un producto turístico para poder explotarlo mediante herramientas del marketing junto con estos tres mercados mencionados anteriormente (que nos interesan para la oferta de nuestro atractivo turístico), desarrollaremos entonces a continuación un diagnóstico detallado de nuestro objeto de estudio, haciendo hincapié en las posibles ofertas que en la zona le interesen a los turistas que visitan el lugar con el objetivo de practicar la pesca recreativa en la Laguna Mar Chiquita de General Arenales, para luego una vez conocido el sitio con exactitud podamos proponer, como Licenciados en Turismo, posibles avances e intervenciones que puedan ayudar a fortalecer el lugar y hacerlo aún más atractivo para todos aquellos que disfrutan del aire libre, la naturaleza, el medio ambiente, y la ‘desestresante’ práctica de la pesca.

7. CONSIDERACIONES DE LA LOCALIDAD DE GENERAL ARENALES

Para continuar con este trabajo de investigación, es importante destacar y desarrollar una cantidad de datos útiles acerca del sitio que rodea nuestro objeto de estudio y conjuntamente con ellos una breve reseña histórica de dicha localidad, General Arenales, lugar que alberga parte importante de la Laguna Mar Chiquita, en donde todos los días podemos ver una importante aglomeración de personas que se acercan al lugar para ejercer la práctica de la pesca recreativa, que acompañados, en grupo o solos, producen un desplazamiento desde sus lugares de orígenes, los alrededores, hacia el lugar de destino, nuestro imponente recurso rico en agua y en pejerrey, haciendo que tal acción de interés por el atractivo produzca este tipo de turismo poco usual en la zona del cual que hemos ido hablando anteriormente en nuestro trabajo de investigación, el turismo alternativo, que deja además divisas en la localidad que alberga la laguna y un claro movimiento de personas que hacen a la ciudad de General Arenales sea la receptora de dichos turistas aficionados por pescar.

La ciudad de Gral. Arenales, cabecera del partido homónimo, se encuentra ubicada al noroeste de la provincia de Buenos Aires. La misma limita con la provincia de Santa Fe, y con los partidos bonaerenses de Colón, Rojas, Junín y Leandro N. Alem, ubicándose a 315 kilómetros de distancia de la Capital Federal y a sólo 181 kilómetros de distancia de la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe.

Su situación geográfica corresponde a 34° 17' de latitud sur y 61° 20' de latitud oeste, siendo su superficie de 1.482,54 km².

Según el último censo realizado por el INDEC (2010), se mostró un resultado de 4.321 habitantes en la localidad de Gral. Arenales, llamados "Arenalenses".

Ubicación del partido de Gral. Arenales dentro de la provincia de Buenos Aires



Figura I. Fuente: noroestebonaerence.com.ar

Partido de Gral. Arenales

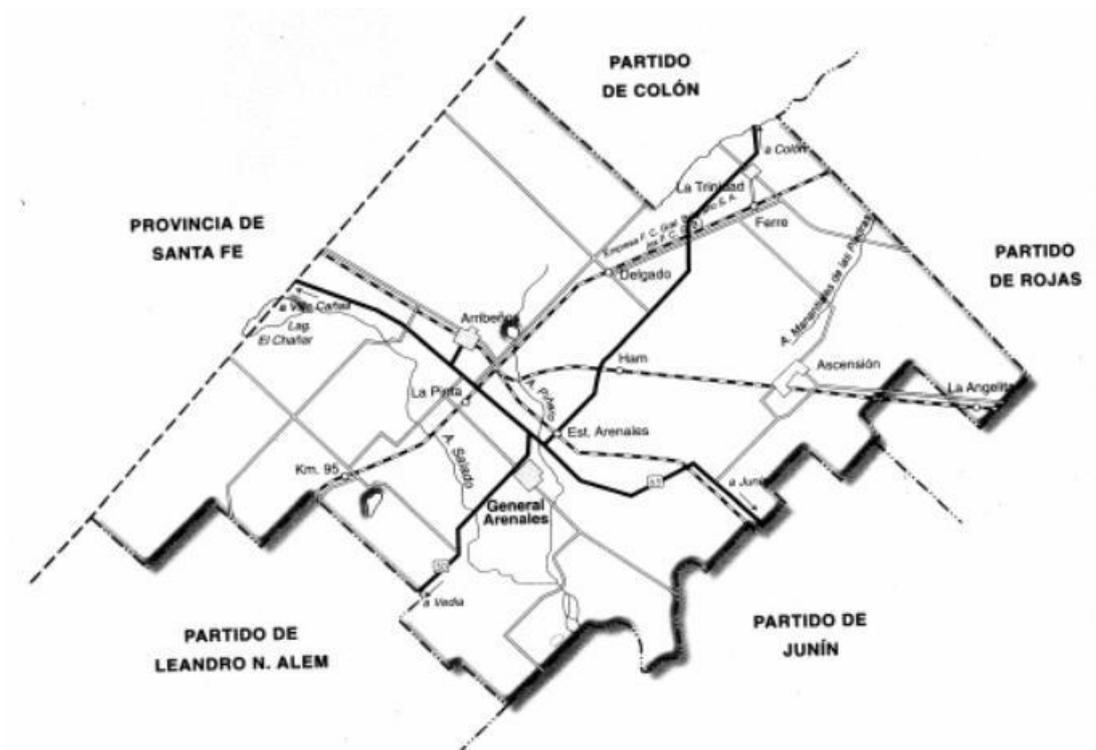


Figura II. Fuente: noroestebonaerence.com.ar

Si tenemos que hablar de la accesibilidad que tiene esta pequeña localidad que alberga el recurso turístico que nos interesa, podemos decir que las vías de comunicación con la Capital Federal son muy accesibles, por lo tanto tenemos a disposición servicios de colectivos de media y larga distancia, como por ejemplo la empresa “La Estrella”, con una amplia disponibilidad de horarios y días activos; y en viceversa, la ciudad de General Arenales cuenta también con servicios de colectivo a todo el país, así como a ciudades y localidades vecinas, como por ejemplo las empresas “Costera Criolla”, que nos transportan a las ciudades de Pergamino (Bs. As) y Rosario (Sta. Fe) y “El Laiolo”, que nos traslada hacia la localidad de Junín (Bs. As).

El paso de la Ruta Nacional 65 es la principal comunicación con la Capital Federal y el resto del país, teniendo como otra opción la Ruta Provincial 50.

7.1 Breve reseña histórica de la localidad

Dávila, en su último año de gobierno en Buenos Aires en el año 1637, realiza una de las primeras incursiones contra los naturales de los manantiales de Piñeiro (hoy, partido de General Arenales), lagunas adyacentes y lugares de la Cerrillada, ya que para esos años el ganado de cimarrón prácticamente se había extinguido y los aborígenes comenzaban a recostarse sobre las poblaciones.

Aproximadamente en 1722, junto con la gobernación de Bruno Mauricio Zavala, se hallan antecedentes históricos de lo que mucho más tarde sería el partido de Gral. Arenales, ya que dicha región geográfica ya era perfectamente ubicable en el norte de El Salado. Es decir, las tierras que hoy ocupa el partido de General Arenales estaban dominadas totalmente por los aborígenes y así fue hasta su fundación.

Existe un testimonio de que las tierras que más tarde pertenecerían a localidad de General Arenales, los aborígenes las utilizaban para organizar malocas, dicho informe fue encontrado en una comunicación del padre jesuita Matías Strobel en el año 1749, quien decía que “en una laguna llamada Mar Chiquita se han juntado dos mil Aucas con ánimo de dar sobre el pago de Luxan”.

Entre los años 1767 y 1777, las sucesivas secas que asolaron a las regiones vecinas del futuro partido de General Arenales junto con las plagas de las langostas que arrasaron los escasos pastos y sementeras provocaron una concentración de más de treinta mil animales en busca de aguadas y pastos, y al reagruparse las haciendas se hacía lo que hoy es el partido de General Arenales en lugares como los médanos, Manantiales de Piñeiro y la Laguna Mar Chiquita.

El Chañar se transforma entonces en un permanente transitar de gente en busca de los ganados alzados para orientarlos a su querencia provocando la apertura de caminos que conducen a las haciendas quedándose el poblado lejos de la protección de los fuertes; pero luego de la caída de Rosas en el año 1852, la amenaza de los aborígenes comienza a ser cada vez más frecuente, lo que obligó a las autoridades a considerar seriamente el problema de las fortificaciones, y así nacen:

- Fortín Chañar; ubicado cerca de la laguna homónima y el Río Salado, teniendo lugar aproximadamente en el año 1850, cuya construcción fue ordenada por el Comandante de la Frontera del Norte, Coronel José María Cortina, constituyendo el más importante de los fortines.

- Fortín Pelado; instalado aproximadamente a unos 600 metros al sudoeste del Arroyo Pelado y al noroeste del actual pueblo de Ferré, localidad perteneciente al partido de General Arenales, ubicada al nordeste de la cabecera del partido, uniéndolas con 28 kilómetros pavimentado.

- Fortín Tiburcio; ubicado en las inmediaciones de la Laguna Mar Chiquita, en su margen nordeste y a unos 1050 metros del actual límite con el partido de Junín;

- Fortín Piñeiro; ubicado a unos 300 metros del arroyo homónimo, al sudoeste de la actual ciudad de Gral. Arenales, a unos 4800 metros antes de que este curso de agua desemboque en El Salado;

- Cantón Cabeza de Vaca; teniendo dos desplazamientos al oeste del Río Salado; y

- Paso Piñeiro; vado ubicado en el Río Salado, al oeste de la actual ciudad de General Arenales, figurando el mismo en los primeros planos del siglo XIX, siendo muy utilizado en la zona fronteriza.

El partido de Gral. Arenales se creó entonces al norte del Río Salado y junto al límite con la gobernación de La Pampa, sobre la base de tierras pertenecientes a los partidos de Lincoln, Junín y Rojas, fijándose como cabecera del mismo, el pueblo en formación de la Colonia Agrícola “El Chañar” que a partir de ese momento comenzó a denominarse como General Arenales, ubicándose al noroeste de la provincia de Buenos Aires y haciendo su denominación en honor al General Juan Antonio Álvarez de Arenales (1770-1831), español que sirvió a la causa de la independencia hispanoamericana. La ley de creación del partido fue sancionada por la Legislatura bonaerense el 3 de Septiembre del año 1889, siendo promulgado por el Gobernador Paz el 6 del mismo mes.

El autor de este Proyecto de Ley fue el señor José Fonrouge, figura destacada en el escenario político del país, Diputado Nacional, Ministro de Gobierno de la provincia de Buenos Aires, Senador y Diputado de la Legislatura bonaerense, el cual desempeñó varios cargos en el gobierno provincial y demostró su capacidad e inteligencia haciendo que su proyecto no encuentre oposición alguna en las Cámaras Legislativas.

De características netamente agropecuarias, destacándose con el tiempo industrias metalúrgicas y textiles, donde se disfruta de un clima templado pampeano y de beneficios ofrecidos del relieve de la llanura pampeana, la zona contendría con los años las localidades de General Arenales (cabecera del partido homónimo), Arribeños, Ascensión, Delgado, Ferré, Ham, La Angelita, La Pinta y La Trinidad, limitando a la vez con los partidos bonaerenses de Colón, Rojas, Junín y Leandro N. Alem, y al sur con la provincia de Santa Fe.

7.2 Aspectos medioambientales de la localidad

El paisaje predominante es rural y la zona es agrícola en primer término y en segundo, ganadero. La agricultura está orientada básicamente en la siembra de maíz, trigo, soja, sorgo, girasol y alfalfa, y la ganadería corresponde en su mayoría a un ganado bovino y porcino.

Su clima es templado pampeano y su temperatura media anual es de 16°C, con registros máximos promedio de 22,9°C y mínimo de 10°C, condicionados por la humedad relativa promedio de 74%. Las lluvias comprenden un promedio de 900 a 1000 milímetros anuales, siendo el partido afectado por los vientos del sector Norte y Noroeste en mayor grado produciendo un aumento de la temperatura, observándose del Sur un viento que sopla frío, aunque el distrito en general presenta unos 170 días de calma. Sus suelos son de molisoles en la zona norte del partido, con un adecuado drenaje y presencia de materia orgánica que admite la actividad agrícola, entisoles arenosos en algunos sectores fértiles y en medanosos con bajo niveles de productividad por lo que son utilizados generalmente para la ganadería.

Con respecto a su hidrografía, la mayor parte está representada por arroyos y lagunas, destacándose como arroyo permanente: “El Pelado”, y como arroyos estacionarios: “El Piñeyro” y “El Salado”. En cuanto a las lagunas de agua salada encontramos: “Cabeza de Vaca”, “El Chañar” y “Del Toro”, predominando siempre nuestra joya a pulir y explotar la laguna “Mar Chiquita”, con su imponente e importante espejo de agua, muy propicia para la pesca recreativa de pejerrey y otras especies de peces.

Escudo de la Laguna Mar Chiquita

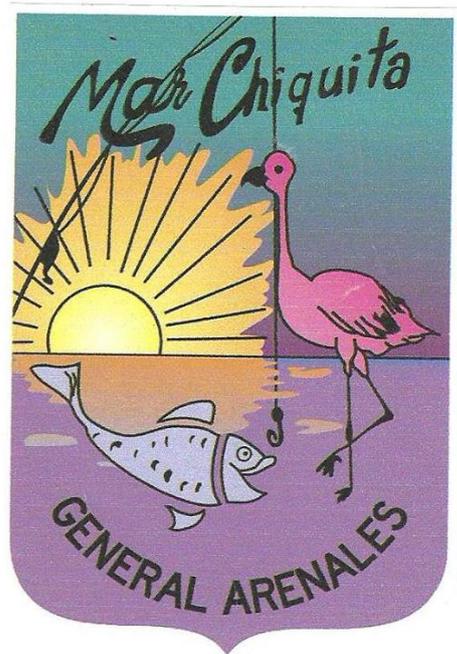


Figura III. Municipalidad de General Arenales (2000)

Plano Provincial de la Laguna Mar Chiquita

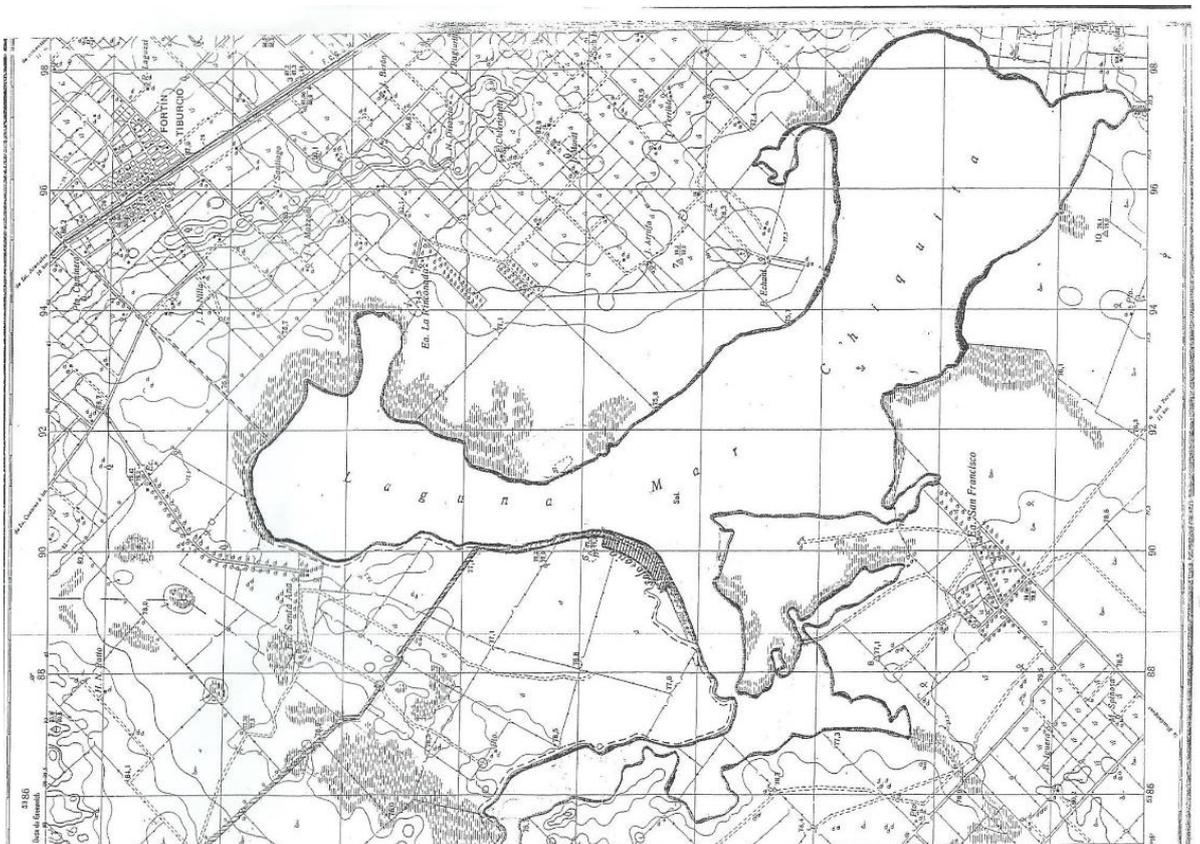


Figura IV. Buenos Aires (1957)

Bosquejo Municipal de la Laguna Mar Chiquita

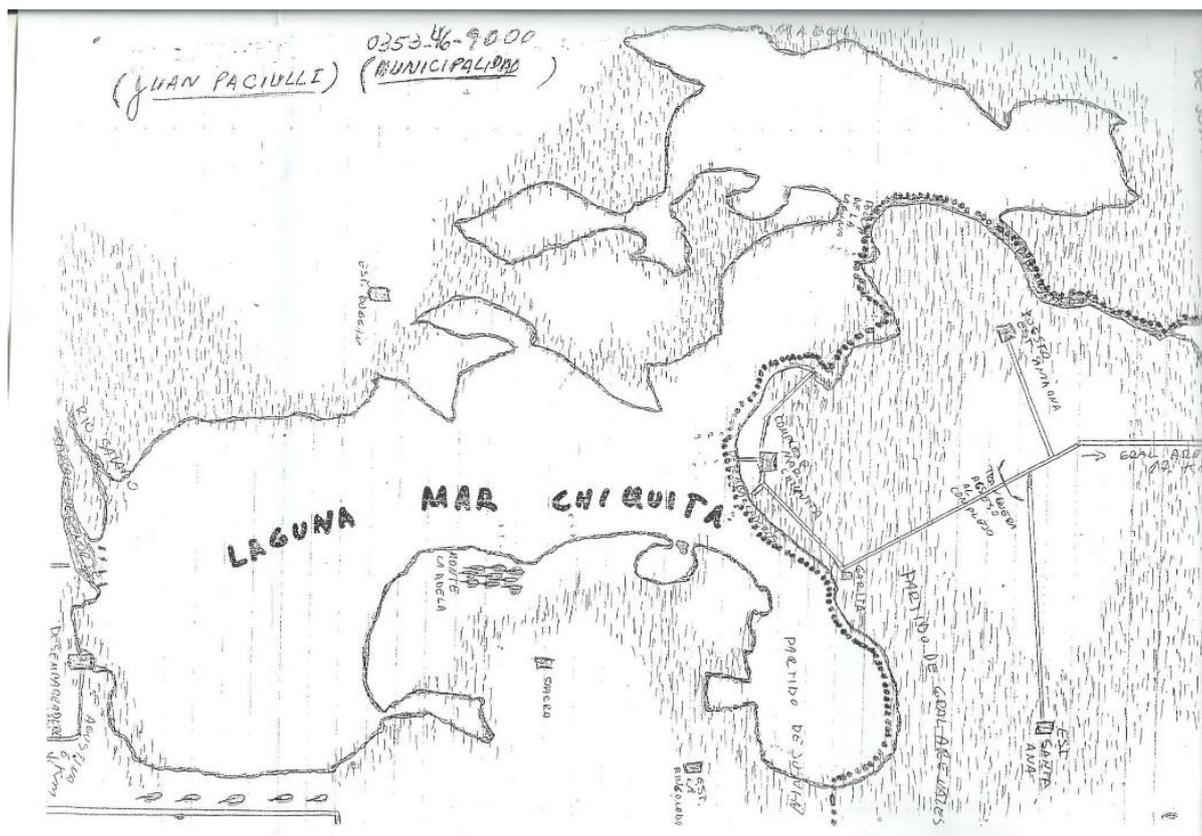


Figura V. Municipalidad de General Arenales (2000)

7.3 Características generales de la Laguna “Mar Chiquita”

Hay ámbitos que se destacan por la calidad de sus matungos, pero por sus distancias lejanas a las grandes ciudades suelen quedar muy a trasmano para el pescador que debe planificar un largo viaje o pedir turnos con mucha antelación si se trata de ambientes exclusivos o de cupos limitados; otros en cambio, como la laguna Mar Chiquita de General Arenales brillan por sus rindes parejos y una ubicación que la destaca en una zona de pocos espejos que den pejerreyes en abundancia como la misma, que se sitúa a sólo 20 kilómetros de la ciudad de Junín y tiene una corta entrada de 17 kilómetros por la localidad de General Arenales.

La primera impresión al visitar esta laguna es la sorpresa de ver una nutrida legión de aficionados procedentes del sur de Santa Fe, Pergamino, Córdoba, Capital Federal, Junín y la zona, ya que efectivamente la noticia de abundancia de Pejerreyes en la Mar Chiquita corrió tanto que los aficionados que viven a 300 kilómetros a la redonda la eligen como destino ya que saben que no se van a volver defraudados.

El principio del otoño suele ser muy rendidor, ya que el pejerrey es un pez de aguas frescas y con las heladas iniciales el agua de la laguna baja unos grados pero aún conserva el calor acumulado durante los meses cálidos, es por ello que nuestra Mar Chiquita no escapa a esta lógica y además suele ser una excepción a la regla, ya que desde el verano la laguna da un importante número de peces y esto tiene que ver con su interesante volumen de agua, porque el cuerpo de este espejo se halla hoy crecido en las 10 mil hectáreas (8 mil de cubeta pero 19 mil tomando toda la cuenca que está hecha un pequeño mar), recibiendo aportes de La Picasa y de la cuenca de El Salado a través de la laguna de la localidad de Teodelina, provincia de Santa Fe, drenando a su vez hacia la laguna de Gómez, perteneciente al partido de Junín, provincia de Buenos Aires, mediante un flujo controlado por un terraplén y compuertas, construidas aproximadamente en el año 2003. Junto con ello, podemos agregar que su profundidad media de 2,50 metros también brinda al pejerrey muchas posibilidades de cambio en la altura donde se alimenta, principalmente del abundante plancton de agua.

Todo lo mencionado hace del lugar un paraíso para el pescador, ya que durante una navegación en bote por el lugar éste turista alternativo se puede empapar de imágenes plenas de vida: abundantes nutrias en las costas creando una verdadera red de túneles en las barranquitas, carpas en zonas bajas y arroyitos hociendo en forma de forma desenfrenada y un sinfín de aves acuáticas que eligen este humedal como paraíso. Dejando de lado el actual estado del recurso, debemos mencionar que hace algunos pocos años atrás la laguna contaba con un camping y un balneario municipal que albergaba un amplio quincho con parrillas, sanitarios, agua potable y sitios para acampar y pescar desde la orilla. Actualmente dichos servicios detallados están suspendidos debido a la altura actual de las aguas de la laguna, donde las inundaciones cerraron el paso hacia ellos, pero a pesar de esto, hoy en día la laguna está aptamente habilitada para la pesca recreativa de pejerrey y otras especies de peces tales como dentudos, bagres y tarariras, ofreciendo alquileres de embarcaciones para hacer recorridos y realizar la actividad con la ayuda de guías y pescadores profesionales del sitio, además de un espacio físico arboleado para acampar totalmente gratis.

Su reglamentación municipal para practicar la pesca recreativa no es regularmente controlada, pero más allá de ello, la mismo sugiere unas 50 piezas por pescador y una caña per cápita, norma que debería respetarse para lograr la conservación y sustentabilidad del imponente recurso turístico que presenta la laguna para la localidad y sus alrededores.

Las imágenes que veremos a continuación demuestran claramente el gran caudal de agua que para la localidad de General Arenales y los alrededores representa una joya a pulir, además veremos también la rusticidad con que vagamente se pretende explotar tan imponente recurso natural, en el cual hace de gran falta la aplicación de una correcta planificación turística que entienda a la laguna un producto importante que alberga desde pescadores solos o en grupos hasta aquellos acompañados por sus familias, los cuales no sólo pretenden practicar la actividad desestresante que corresponde para ellos la pesca recreativa sino que también desean proveerse de los servicios turísticos necesarios que faciliten su estadía en el lugar, tengan o no pernocte.

Imágenes de la Laguna Mar Chiquita



Figura VI. Fotografía del autor.



Figuras VII, VIII y IX. Fotografía del autor.

Hablando nuevamente de accesibilidad, para llegar al destino en automóvil desde Buenos Aires puede hacerse tomando la Ruta Nacional 7° hasta la localidad de Junín y desde allí desviar por la Ruta 65° llegando la ciudad de General Arenales. Desde la ciudad de Rosario, puede ser un poco más complejo pero más cerca aún, ya que se debe tomar la Ruta 14°, pasando anteriormente por la localidad de Soldini, y doblando al terminar la ruta hacia la izquierda hasta Melincué donde cruzando el mismo pueblo se encuentra la ruta que luego de 40 kilómetros termina en la Ruta Nacional 8° y doblando nuevamente hacia la izquierda se topa con Colón hasta el próximo cruce de 5 kilómetros en donde se dobla hacia la derecha por la Ruta 94° que llegando al límite Santa Fe/Buenos Aires se convierte en Ruta N 65° desembocando en el destino.

El camino de acceso desde General Arenales a la Laguna Mar Chiquita comprende 17 kilómetros de greda y arena y en dicha ciudad encontramos camping, hoteles, locales gastronómicos y abastecimiento de combustible, carnada y artículos de pesca, así como también todo ello se encuentra en mayor medida en la ciudad de Junín, provincia de Buenos Aires.

Plano I de la Laguna Mar Chiquita



Figura X. Fuente: irapescar.com

Plano II de la Laguna Mar Chiquita

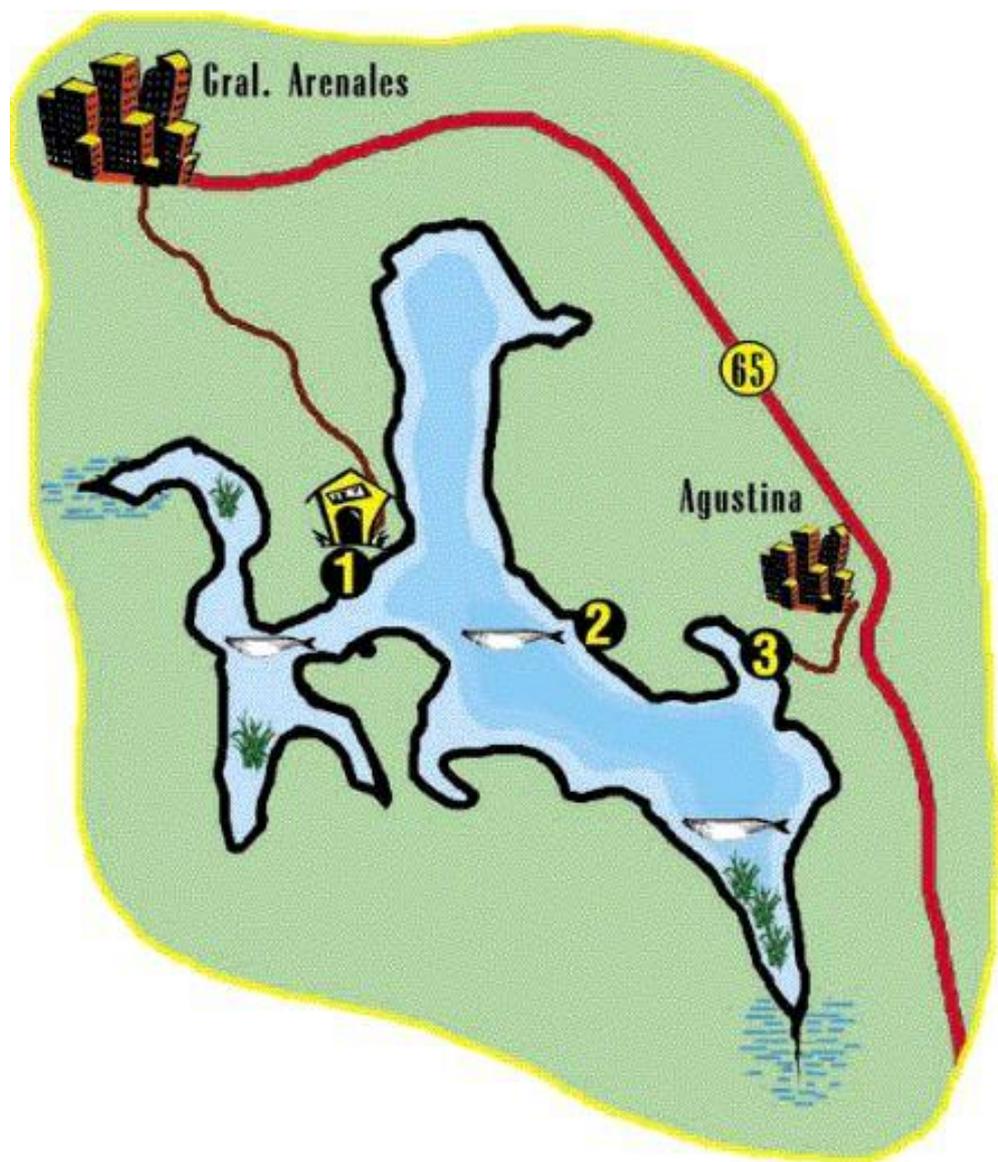


Figura XI. Fuente: noroestebonaerence.com.ar

8. ABORDAJE METODOLÓGICO

El presente trabajo de investigación está orientado a realizar un análisis de la Laguna Mar Chiquita del partido de General Arenales frente a una posibilidad de efectuar y explotar considerablemente una clase de turismo que no es muy aprovechada en la zona pero si muy accionada, que es el turismo alternativo a través de la práctica de la pesca recreativa.

El fin de este trabajo es abordar críticamente los factores positivos y negativos que tiene el partido en relación a esta actividad y su entorno, ya sea la comunidad, los demás atractivos o sitios recreacionales, las entidades locales responsables del fomento de este deporte y aquellas encargadas de la conservación del sitio en estudio, así como también dar a entender como este gran recurso en cuestión puede ser, al explotarse correcta y responsablemente, un gran punto benefactor para la comunidad de la ciudad de General Arenales.

Tal proceso de investigación requiere de la búsqueda de diversas fuentes de investigación, consistentes en datos primarios y secundarios, considerándose al respecto de éstos últimos la búsqueda de documentación bibliográfica concerniente a las tendencias del turismo en los lugares de pesca recreativa hoy en día, y al deporte de la actividad dentro de la provincia, así como también las repercusiones de la misma a nivel mundial, nacional y provincial, las problemáticas de tales lugares que son poco explotados por la falta de equipamiento e infraestructura, y la oportunidad que tiene la Laguna Mar Chiquita de realizar la actividad conservando el medio ambiente y su estatus natural. Por otro lado, y desde el punto de vista de las fuentes primarias o de trabajo de campo propiamente dicho, durante el año 2016, se estuvieron desarrollando entrevistas a diferentes tipos de personas, en la localidad de General Arenales, en las cuales participaron funcionarios públicos, integrantes del Club de Pescadores, guías, pescadores y propietarios de tiendas de artículos de pesca. Las entrevistas que se llevaron a cabo fueron de tipo abierta, siguiendo una serie de preguntas con el fin de obtener resultados de interés para nuestro trabajo y en dichas entrevistas informales se tocaron varios temas tales como: actividad de los pescadores en la zona y alrededores, atractivos turísticos complementarios, servicios tales como gastronomía y lugares de alojamiento en la zona para los pescadores que visitan el lugar, alternativas de eco-turismo, posibilidades de construcción en el sitio, entre otros temas diversos relacionados a nuestro objeto de estudio.

8.1 Análisis del sistema turístico

En esta parte de nuestro trabajo de investigación realizaremos un correcto estudio detallado del sistema turístico que corresponde a la Laguna Mar Chiquita, comprendiendo la localidad de General Arenales que la alberga y sus alrededores, teniendo en cuenta cada uno de los elementos que lo componen con un correspondiente análisis, es decir, una descripción, cualitativa y cuantitativa de una serie de variables tomando información a través de nuestras salidas de campo accediendo a un contacto con los pescadores-turistas del lugar y los habitantes de la zona.

Las variables a estudiar son conceptos que asumen diferentes valores y se refieren a aquellas propiedades, atributos, características, magnitudes y funcionalidades que podrían estar presentes o ausentes en cada uno de los casos que conforman el universo de estudio. En pocas palabras, las variables son conceptos abstractos a los que es preciso darles el contenido concreto para poder efectuar sobre ellos las mediciones correspondientes.

En este trabajo es necesario estudiar las variables y darles contenido concreto ya que las mismas van a ayudar a realizar una planificación correcta, haciendo un proceso racional y sistemático de prevención, organizando y utilizando los medios y recursos escasos para poder lograr los objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminado, pudiendo con ello alcanzar el bienestar y progreso colectivo del objeto de estudio elegido en este trabajo.

Variables a estudiar

Variable	Dimensión	Subdimensión	Valor
Oferta turística			
Equipamiento	<u>Alojamiento</u>	Hotelero: hoteles, hosterías, apartoteles, albergues, hospedajes Extra Hotelero: cabañas, camping, otros	Bueno-Regular-Malo Bueno-Regular-Malo
	<u>Alimentación</u>	Restaurantes, bares, confiterías, parrillas, pizzerías, otros	Bueno-Regular-Malo
	<u>Esparcimiento</u>	Instalaciones deportivas, casinos, Video Juegos, Cyber Café, otros	Bueno-Regular-Malo
Atractivos Turísticos	<u>Sitios Naturales</u>	Ríos, arroyos, flora y fauna, caza y pesca	Muchos-Pocos-Ninguno
			Muchos-Pocos-Ninguno

	<u>Manifestaciones Culturales y Museos</u> <u>Acontecimientos Programados</u>	Museos, casas museos, lugares históricos Ferias, exposiciones, deportivos, fiestas religiosas	Muchos-Pocos-Ninguno
Demanda Turística			
	<u>Lugar de Residencia</u> <u>Motivaciones</u>	Residentes y habitantes de la zona y alrededores, pescadores aficionados a la redonda. Turismo, descanso, ocio, deporte, religión, visitas familiares, otros	Bueno-Regular-Malo Bueno-Regular-Malo
Infraestructura			
	<u>Accesibilidad</u> <u>Señalización</u> <u>Comunicaciones</u>	Terrestre: rutas provinciales y nacionales En ruta y en el sector Postales, telegráficas, telefonía, internet	Bueno-Regular-Malo Bueno-Regular-Malo Bueno-Regular-Malo
Supraestructura			
	<u>Pública</u> <u>Privada</u>	Dirección de turismo, Municipalidad, Seguridad Sociedades de fomento, asociaciones	Si-No Si-No
Promoción y comercialización			
		Radiales, gráficos, ferias, páginas web, publicidad en tv, publicidad en la vía pública, otros	Bueno-Regular-Malo

Cuadro X. Fuente de elaboración propia

Parámetros de las variables

<i>Parámetros del Alojamiento</i>
Bueno: correcta recepción - óptimo higiene y aseo en habitaciones y baños - servicios en cada habitación - construcción edilicia en correctas condiciones
Regular: deficiente higiene y aseo - estado y mantenimiento edilicio deficiente
Malo: escaso o nulo higiene y aseo - personal de atención no capacitado - nulo mantenimiento e instalaciones deterioradas
<i>Parámetros de la Alimentación</i>
Bueno: excelente y rápida atención al cliente - buen higiene - correctas instalaciones
Regular: deficiente atención al cliente - deficiente higiene - instalaciones y arquitectura deterioradas
Malo: escasa y lenta atención al cliente - escasa o nula higiene - instalaciones y arquitectura deterioradas
<i>Parámetros de la Infraestructura</i>
Bueno: perfecto mantenimiento de instalaciones e infraestructura - correctas instalaciones para discapacitados - servicios mínimos en las dependencias
Regular: poco mantenimiento de instalaciones e infraestructura - escasas instalaciones para discapacitados - escasos servicios en las dependencias
Malo: escaso o nulo mantenimiento de instalaciones e infraestructura - nulas instalaciones para discapacitados - nulos servicios en las dependencias.
<i>Parámetros del Acceso Terrestre</i>
Rutas
Bueno: correcta pavimentación e iluminación - permanente control - accesibilidad y buen estado de banquetas
Regular: deterioro del pavimento y esporádica iluminación - esporádico control - poca accesibilidad y poco estado de banquetas
Malo: baches y grietas en la pavimentación y nula iluminación - escasos límites de seguridad - inaccesibilidad de banquetas
Señalización
Bueno: calles y rutas con correcta señalización y amplia señalización turística - buen estado de las mismas
Regular: calles y rutas con escasa señalización y escasa señalización turística - estado precario de las mismas
Malo: calles y rutas con nula señalización y sin señalización turística - deterioro y nulo mantenimiento de las mismas
Terminal de ómnibus
Bueno: instalaciones y equipamiento en perfecto mantenimiento - puntualidad en el servicio - personal de atención al público capacitado - perfecto estado de garitas
Regular: instalaciones y equipamiento en estado deteriorado - escasa puntualidad en el servicio - escaso personal de atención al público - deteriorado estado de garitas
Malo: instalaciones y equipamiento en estado deteriorado - servicios sin horarios - poco personal de atención al público y mal capacitado - ausencia de garitas
<i>Parámetros de Promoción y Comercialización</i>
Bueno: llegada masiva a los consumidores - respuesta positiva por parte de la demanda - diseños de fácil comprensión - actualización permanente
Regular: llegada escasa a los consumidores - respuesta escasa por parte de la demanda - diseños precarios - actualización esporádica
Malo: llegada nula a los consumidores - respuesta nula por parte de la demanda - nulos diseños - nula actualización

Cuadro XI. Fuente de elaboración propia

Por otro lado, se realizó un análisis del espacio turístico tendiente a poder identificar las variables y sus parámetros en la laguna y adyacencias, y en este sentido, Boullón (1990), menciona que “el espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos, que son una materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico más la planta turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país, región o localidad”. Por otra parte, González Ferrer citando a Cammarata (2006), nos plantea una visión más actual del mismo la cual dice que “el espacio turístico contiene los actores sociales, cuyas actividades preexisten al turismo y poseen propiedad sobre el espacio físico donde se ejercita el mismo. Así esos actores al controlar el espacio -sea el gobierno en representación del Estado, una organización, grupos o personas- y poseer una interacción social que preexiste al turismo determinan el tiempo turístico del espacio al reinterpretarlo y redefinirlo culturalmente según sus raíces”.

Entendiendo las definiciones que ambos autores hacen sobre el espacio turístico podemos decir que dicho concepto es un punto de partida del cual aparece una gama muy amplia de diferentes ideas y conceptos, útiles para describir los distintos factores que intervienen en el fenómeno turístico, y que dentro de un país o una región, el espacio turístico comprende aquellas partes del territorio donde se verifica -o podría verificarse- la práctica de actividades turísticas, correspondiendo a los lugares donde llegan los turistas y a aquellas partes a las que podrían llegar pero no lo hacen, ya sea porque son inaccesibles para ellos, o porque la falta de caminos y senderos aceptables que conduzcan hacia estos y faciliten su recorrido desalienta su visita. Con ello se puede decir que el elemento clave del espacio turístico son los atractivos, que se comportan como la materia prima del sector, pero la sola presencia de atractivos no es suficiente, porque para que el lugar que los contiene pueda operar turísticamente, hay que dotarlo de todos los elementos que facilitan la llegada, desplazamiento y permanencia de los visitantes en el espacio analizado, es decir, hay que agregarle lo que se llama planta turística (por ejemplo, hoteles y restaurantes) e infraestructura (por ejemplo, caminos). Por último, el espacio turístico puede ser real o potencial: si cuenta con lo mencionado anteriormente, es real y si el mismo no tiene planta turística e infraestructura, es potencial (no funciona turísticamente pero podría hacerlo si se dotase de lo que le hace falta).

La Laguna “Mar Chiquita” de General Arenales, tiene para ofrecer a los turistas que visitan el lugar un predio con un estilo de vida rural, excelente para relajarse y practicar la pesca recreativa al aire libre en un ambiente sin signos de contaminación, en donde

encontramos un gran espacio verde, en el cual los pescadores que visitan el lugar realizan el famoso asado que reúne a los argentinos, pasando momentos amenos y compartiendo el día con colegas aficionados de la pesca y del pejerrey (pez por excelencia del lugar) y otras especies, además un inmenso espejo de agua de casi 10.000 hectáreas en donde se refleja el sol al atardecer ofreciendo siempre un buen rinde para aquellos aficionados a la pesca.

El área de la laguna cuenta con un espacio perfecto para acampar, en donde los pescadores solitarios o aquellos acompañados por sus familias ubican sus carpas, casillas, casas rodantes, entre otros tipos de acampe para pasar la noche o pasar sólo el día. Además, cuenta con la presencia de integrantes del Club de Pescadores de General Arenales y de guías especializados en pesca (sobre todo de pejerreyes), que operan todo el año y que conocen muy bien el sector, permitiendo a los interesados realizar un paseo por el espejo de agua y estacionarse en los puntos de mayores piques. Los mismos ofrecen también botes en alquiler, servicio de remolque y salidas guiadas en tracker.

Lamentablemente las actividades de pesca recreativa en el sector no son programadas por la Secretaría de Turismo de General Arenales, por lo tanto, son los pescadores turistas que la visitan los que crean o buscan, a través de empresas pequeñas de alquileres de botes y guías, los recursos para realizar dicha actividad desestresante.

En lo que se refiere al área verde propia de la laguna, los vehículos particulares pueden acceder a ella, acercarse hacia la orilla y estacionarse sin costo alguno, dicho área es dotada de una gran capacidad para albergar un importante movimiento de automóviles, botes, camionetas y personas. En lo que se refiere al área del espejo de agua, más allá de la pesca recreativa, lamentablemente no puede realizarse dentro de ella ninguna actividad acuática ya que en los últimos años no se ha realizado un dragado, por lo que por el momento sólo se habilita la entrada de botes de pesca.

Por otro lado, cabe destacar que General Arenales a pesar de su poco desarrollo cuenta con un hotel muy bien equipado y con una gran atención personalizada, además de casa de familias con dependencias dedicadas a recibir pescadores y turistas cobrándoles la noche, el Gran Complejo municipal Polideportivo La Salada, con amplio natatorio, cantina, camping y parrillas (situado en la Rotonda de las Rutas Provinciales 50 y 65) y un gran predio de camping en el centro de la ciudad en el Arenales Fútbol Club, dotado también de cantina y parrillas.

Con respecto al sector gastronómico, tanto en Gral. Arenales como en la zona existen infinidad de lugares con diferentes servicios y ofertas: restaurantes gourmet, parrillas, pizzerías, cafeterías, bares karaoke, pubs, entre otros.

En la ciudad de General Arenales contamos también con varios edificios históricos y de gran arquitectura, como lo son:

- La biblioteca popular Joaquín V. González, en la cual encontramos una importante y variada colección de libros, novelas, ensayos, entre otros y donde se dictan cursos gratuitos de idiomas, manualidades, muestras pictóricas de artistas locales, presentaciones de libros de artistas locales, ferias del libro, concursos de literatura y narración entre otras actividades;
- El palacio municipal, que alberga una manzana de parque y plaza para recrearse; y
- La vieja estación de trenes, utilizada para clases talleres de manualidades gratuitas;
- La Parroquia Nuestra Señora de La Merced; y
- El Centro Cívico, en dónde se hacen charlas educativas; y
- El Cine-Teatro Roma, dónde se proyectan películas y se disfruta de espectáculos.

Por último, en la localidad se hallan otros sitios de interés como la Sociedad Italiana, que funciona como centro cultural y teatro independiente; el Club Social y Deportivo Belgrano, que alberga un estadio de fútbol, pileta de natación, cancha de paddle y camping; y el anteriormente mencionado Arenales Futbol Club donde tenemos actividades deportivas y un camping que contiene una cantina y varias parrillas. Otros sitios que se pueden encontrar son las oficinas públicas como el Pami, el Registro Civil, el Banco Provincia, el Hospital Municipal, entre otros de gran uso.

8.2 Inventario turístico de la laguna y alrededores

El inventario turístico es el proceso por el cual se registran ordenadamente atractivos y recursos que dispone una región, zona, localidad, etc., para realizar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de dichos atractivos y recursos, con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que hagan viable su inclusión en el diseño de productos turísticos.

Desarrollada la anterior definición, presentaremos en nuestro trabajo de investigación un inventario de activos, equipamientos e instalaciones turísticas de la laguna Mar Chiquita

y de la localidad que la contiene, incluyendo además sus alrededores en un radio de 20km, todo ello mediante un registro de fichas que contienen información relevante obtenida de los datos secundarios, es decir, de nuestras salidas de campo.

Este presente análisis nos permitirá saber la cantidad y calidad de servicios ofrecidos en el sector, otorgándoles a cada uno de ellos un puntaje que llamaremos “jerarquía”, lo cual significa que haremos un examen crítico de los atractivos turísticos del sector en estudio, con el fin de establecer su interés turístico sobre las bases objetivas y comparables, asignándoles la jerarquía que le corresponda a cada uno de ellos. Las jerarquías serán denominadas de mayor a menor:

a) Atractivo con jerarquía N° 5: el punto más alto para un atractivo, siendo el que tiene esta jerarquía un atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico internacional, capaz de motivar por si solo una importante corriente de visitantes.

b) Atractivo con jerarquía N° 4: tendrá rasgos excepcionales capaces de motivar a los visitantes del exterior a visitarlo, pero en menor grado de los que pertenecen a la jerarquía anterior.

c) Atractivo con jerarquía N° 3: tendrán rasgos llamativos capaces de captar la atención de visitantes de larga distancia -interna y externa- que llegarán a la zona atraídos por otro atractivo.

d) Atractivos con jerarquía N° 2: poseerán métodos suficientes para ser importantes en el mercado interno, pero no tendrán las condiciones para el turismo receptivo.

e) Atractivos con jerarquía N° 1: formarán parte del patrimonio turístico como elementos que complementan a otros atractivos de mayor jerarquía y a su vez pueden tener mérito suficiente para considerarlos en la jerarquía anterior.

f) Atractivos con jerarquía N° 0: no tendrán las cualidades suficientes para incorporarlos a la jerarquía anterior, que es el umbral mínimo de la jerarquización.

En las fichas del inventario que se verán a continuación, se incluirá el parámetro utilizado en la variable correspondiente.

ATRATIVOS TURÍSTICOS



NOMBRE	LAGUNA MAR CHIQUITA
CATEGORÍA	SITIO NATURAL
TIPO	LAGUNA
JERARQUÍA	4
LOCALIZACIÓN	A 17KM DE GENERAL ARENALES, BUENOS AIRES (Camino de greda y arena) A 315KM DE CAPITAL FEDERAL 181KM DE ROSARIO - 20KM DE JUNÍN LÍMITES CON COLÓN, ROJAS, JUNÍN Y ALEM
MEDIOS DE ACCESO	COLECTIVOS MEDIA/LARGA DISTANCIA: BS AS – GRAL. ARENALES: “LA ESTRELLA” ROS – GRAL. ARENALES: “COSTERA CRIOLLA” JUN – GRAL. ARENALES: “EL LAIOLO”
<p>CARACTERÍSTICAS Es un espejo de agua de 10.000 hectáreas que contiene un amplio espacio verde para acampar. Esta correctamente apto para la realización de pesca recreativa por su abundancia de pejerreyes y otras especies de peces que pueden pescarse en cualquier época del año. En la laguna se ofrece además alquiler de botes y lanchas y servicios de los guías de pesca que te acompañarán en el paseo. su entrada es totalmente gratuita</p>	

Ficha I. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE LA MERCED
CATEGORÍA	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	LUGAR HISTÓRICO
JERARQUÍA	1
LOCALIZACIÓN	EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, FRENTE A LA PLAZA PRINCIPAL
<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>Cuando el pueblo de Gral. Arenales se inaugura, la iglesia estaba erigida en un terreno contiguo y perteneciente a la escuela normal nº1, hasta que en 1900 un ciclón derriba la misma y se produce una controversia con los territorios elegidos para construir nuevamente la misma. La ley exigía que la ésta debía estar en el centro de la ciudad, por lo que la gente “elitista” del momento decide comprar un terreno frente a la plaza y donarlo, dando la escritura del mismo a nombre del obispado.</p> <p>En 1906 se inaugura el salón de la iglesia con el nombre de “nuestra señora del pilar”. La torre es inaugurada en la década del '30 gracias al trabajo del arquitecto Ludovico Cammi y la participación del gobernador de la provincia de buenos aires Manuel Fresco, quien dona la campana de la misma.</p> <p>En 1915 la iglesia cambia su nombre a “nuestra señora de la merced”, siendo la principal y única iglesia católica de la localidad, en la cual todos los 24 de septiembre de cada año se celebra “la fiesta patronal de nuestra señora de la merced”.</p>	

Ficha II. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	MONUMENTO AL GENERAL DON JOSÉ SAN MARTÍN
CATEGORÍA	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	OBRAS DE ARTE Y TÉCNICAS
JERARQUÍA	1
LOCALIZACIÓN	EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, INSERTADO PLAZA DEL PALACIO MUNICIPAL
CARACTERÍSTICAS Construido en 1960, se le atribuye en homenaje al padre de la patria: General Don José de San Martín, en el centenario de su muerte 1660-1960.	

Ficha III. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	PALACIO MUNICIPAL
CATEGORÍA	FOLKLORE
TIPO	ARQUITECTURA POPULAR
JERARQUÍA	1
LOCALIZACIÓN	EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, EN LA PLAZA PRINCIPAL DIRECCIÓN: AV. BARTOLOMÉ MITRE 50
<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>El palacio municipal de general arenales es un edificio de inspiración clasista y fue construido en 1918, presentando un “regular” estado de conservación que más tarde fue restaurado completamente por el instituto cultural de la provincia de buenos aires, formando dicha obra parte de una iniciativa para recuperar 112 construcciones de alto valor histórico, artístico, cultural y social en todo el territorio bonaerense.</p> <p>El palacio municipal es uno de los principales elementos de identidad de la ciudad y su construcción -realizada por el ministerio de obras públicas provincial- consiste en un cuerpo central ocupado por un hall, en torno al cual se disponen las oficinas de la administración local. Pero lo más característico es su frente, de lenguaje clasista, coronado por un frontis clásico sustentado por columnas jónicas.</p>	

Ficha IV. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	PLAZA GENERAL SAN MARTÍN
CATEGORÍA	SITIOS NATURALES
TIPO	CAMINO PINTORESCO
JERARQUÍA	1
LOCALIZACIÓN	EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, PLAZA CONTIGUA A LA DEL PALACIO MUNICIPAL
<p>CARACTERÍSTICAS En el año 2011 se finalizó en ella un proyecto ejecutivo de obra para la puesta en valor de la misma, recuperándola no sólo como parte del paisaje urbano, sino como el sitio institucional histórico y patrimonial más importante de la localidad, revalorizando la historia del pueblo y haciendo que éste lugar céntrico pueda tener espacios de reunión para la comunidad más amplios y mejorados, y así se ensacharon las veredas principales, se colocaron rampas para discapacitados en todas las esquinas y se generaron zonas de descanso y permanencia bajo la sombra de los árboles, contando con un equipo público de cestos, ciclistas y senderos, reforzando además su iluminación y su reforestación.</p>	

Ficha V. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	ESTACIÓN GENERAL ARENALES
CATEGORÍA	MUSEO Y MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	LUGAR HISTÓRICO
JERARQUÍA	0
LOCALIZACIÓN	A 3KM DE LA CIUDAD
<p>CARACTERÍSTICAS La estación de tren de general arenales fue inaugurada en 1901 con la presidencia de roca y formó parte del ferrocarril buenos aires al pacífico en el ex ramal de Santa Isabel. Actualmente no presta servicios de pasajeros ni de carga, por ello es utilizado su edificio para talleres de manualidades gratuitas a cargo de la municipalidad.</p>	

Figura VI. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	BIBLIOTECA POPULAR JOAQUÍN V. GONZÁLEZ
CATEGORÍA	MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO	LUGAR HISTÓRICO
JERARQUÍA	0
LOCALIZACIÓN	EN EL CENTRO DE LA CIUDAD, FRENTE A LA PLAZA PRINCIPAL, SOBRE LA CAALLE 9 DE JULIO
<p>CARACTERÍSTICAS Fue fundada el 30 de septiembre de 1949, y desde entonces la biblioteca presta servicios a la comunidad de General Arenales desde hace más de 60 años con una amplia colección de aproximadamente 9200 libros para todo tipo de usuario. Hace poco tiempo, en el marco de proyectos de extensión cultural, se comenzaron a dictar cursos de idiomas y artes abiertos a todas las edades, teniendo una gran repercusión. Además en ella se realizan exposiciones, muestras pictóricas y presentaciones de libros de artistas locales.</p>	

Ficha VII. Fuente de elaboración propia

EQUIPAMIENTO TURÍSTICO



NOMBRE	CINE Y TEATRO ROMA
CATEGORÍA	ESPARCIMIENTO
TIPO	ESPECTÁCULOS
LOCALIZACIÓN	EN CALLE JUAN JOSÉ CASTELLI
<p>CARACTERÍSTICAS Gracias a una por la unificación de la comisión de cultura de la mutual de socios de Arenales Futbol Club y la Sociedad Italiana se reinauguró en 2014 el cine-teatro, en dónde organiza la proyección de películas y veladas de danzas de todo tipo.</p>	

Figura VIII. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	CENTRO CÍVICO MUNICIPAL
CATEGORÍA	ESPARCIMIENTO
TIPO	ESPECTÁCULOS
LOCALIZACIÓN	EN CALLE 9 DE JULIO
<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>En el lugar se llevan a cabo charlas, jornadas y capacitaciones abiertas y gratuitas de todo tipo, educativas y comunicacionales</p>	

Figura IX. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	HOTEL ACUÑA **
CATEGORÍA	ALOJAMIENTO
TIPO	HOTEL
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	AV. MITRE 180, GENERAL ARENALES
CARACTERÍSTICAS Único emprendimiento hotelero familiar, donde pernoctan todos aquellos personajes ilustres que llegan a la ciudad.	

Ficha X. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	ARENALES FUTBOL CLUB
CATEGORÍA	ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO Y ESPARCIMIENTO
TIPO	CAMPING Y CLUB DEPORTIVO
PARÁMETRO	REGULAR
LOCALIZACIÓN	EN AV. LLANOS
<p>CARACTERÍSTICAS Club decano del distrito, inaugurado en el año 1908. Contiene un amplio predio de camping con parrillas y sanitarios, una cantina y canchas para la práctica de deportes.</p>	

Ficha XI. Fuente de elaboración propia



NOMBRE	TU LUGAR DE SIEMPRE
CATEGORÍA	ALIMENTACIÓN
TIPO	RESTAURANTE
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	EN AV. LLANOS Y AV. ALVEAR
<p>CARACTERÍSTICAS Restaurante, bar y karaoke muy bien equipado y decorado, con capacidad para 300 personas. El lugar es visitado los fines de semana por todos los habitantes del distrito gracias a su entretenimiento, carta de presentación y calidad de su atención. Abierto todos los días al público.</p>	

Ficha XII. Fuente de elaboración propia.



NOMBRE	AMARELLO RESTÓ BAR
CATEGORÍA	ALIMENTACIÓN
TIPO	RESTAURANTE
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	AV, CURUCHET
<p>CARACTERÍSTICAS Bar restaurante con un menú variado de comidas y bebidas. Permanece abierto al público todos los días y por las noches, gracias a su equipamiento, se presenta como un lugar ideal para jóvenes y adultos que desean tomar un aperitivo. Situado frente a la plaza principal, permite un fácil acceso y un estacionamiento sin cargo.</p>	

Ficha XIII. Fuente de elaboración propia.



NOMBRE	RESTAURANT “LA TERMINAL”
CATEGORÍA	ALIMENTACIÓN
TIPO	RESTAURANTE
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	EN CALLE ESTANISLAO LÓPEZ
<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>El restaurante está ubicado en el mismo edificio que la terminal de Gral. Arenales, por lo que en la noche permite estacionamiento gratuito en ella. Es famoso por sus menús gourmet que abarcan carnes rojas, mariscos, pescados, pastas y una variada carta de postres, además de ofrecer los mejores vinos.</p> <p>El lugar está perfectamente decorado y muy bien equipado, puede albergar hasta 300 personas sentadas y tiene los mejores mozos y el mejor servicio de atención al cliente de la zona.</p> <p>El lugar además de estar abierto al público todas las noches, también ofrece el alquiler completo para la realización de distintos tipos de eventos, participando en ellos con su personal de cocina y de atención.</p>	

Ficha XIV. Fuente de elaboración propia.



NOMBRE	PARRILA “LA ESTACIÓN”
CATEGORÍA	ALIMENTACIÓN
TIPO	RESTAURANTE
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	RUTA 50
<p>CARACTERÍSTICAS La parrilla obtiene su nombre por estar ubicada al lado de la estación de servicios de Gral. Arenales, por la Ruta 50 a sólo 100 metros de la entrada a la ciudad. Es un lugar edilicio nuevo que contiene un gran equipamiento y una acorde decoración. Ofrece todo tipo de carnes a las brasas y una variada carta de vinos. Por su lugar estratégico y su cálida atención personalizada sumado a que permanece abierta todos los días, es visitada por todos los habitantes de la zona y alrededores.</p>	

Ficha XV. Fuente de elaboración propia.



NOMBRE	BAR LERIDA
CATEGORÍA	ESPARCIMIENTO
TIPO	BAR
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	EN AV. ALVEAR Y BRANDSEN
CARACTERÍSTICAS El bar Lerida permanece abierto al público de viernes a domingos por la noche y es un lugar típico de copas, de entretenimiento y de espectáculos, ya que algunos grupos musicales de la zona se presentan allí. Ofrece una variada carta de bebidas alcohólicas y picadas.	

Ficha XVI. Fuente de elaboración propia.

OTROS SERVICIOS



NOMBRE	HOSPITAL MUNICIPAL DR. IGNACIO PIROVANO
CATEGORÍA	OTROS SERVICIOS
TIPO	PRIMEROS AUXILIOS
PARÁMETRO	BUENO
LOCALIZACIÓN	SARMIENTO 276
<p>CARACTERÍSTICAS Pertenece al ámbito de la medicina pública municipal, contiene aproximadamente 80 camas para internación, ofrece además diagnóstico, medicina general, atención ambulatoria y tratamiento. Cuenta con profesionales que abarcan grandes ámbitos de la medicina como traumatólogos, urólogos, gastroenterólogos, diabetólogos, cirujanos, etc. y con una gran infraestructura y equipamiento.</p>	

Ficha XVII. Fuente de elaboración propia.

CATEGORÍA	TIPO	CARACTERÍSTICAS
OTROS SERVICIOS	GUÍAS	Los únicos Guías de Gral. Arenales y de la Laguna Mar Chiquita los podemos encontrar en el Club de Pescadores.
	CAMBIO DE MONEDA	El único banco para cambio de moneda es el Provincia, que contiene además varios cajeros automáticos. El mismo se encuentra en las calles Dr. Valentín Curuchet s/n y Tucumán.
	AGENCIA DE VIAJES	Madariaga Viajes es la única AGT de la ciudad, la cual organiza viajes y excursiones a todo el país. Se encuentra ubicada frente a la plaza principal.
	COMERCIOS	Gral. Arenales cuenta con una variada oferta de comercios que abarcan desde panaderías, carnicerías, supermercados y almacenes hasta pinturerías, venta de artículos para la pesca, casas cerealeras, negocios de indumentaria, peluquerías, farmacias, video clubs y otros rubros.

Ficha XVIII. Fuente de elaboración propia.

INFRAESTRUCTURA



CATEGORÍA	TRANSPORTE
TIPO	TERRESTRE
SUBTIPO	SERVICIOS DE TRANSPORTE
PARÁMETRO	BUENO
CARACTERÍSTICAS La empresa Laiolo S.R.L. sale desde la terminal de la localidad de Junín, ya que la misma es un centro de conexión con muchísimas localidades ubicadas a un radio de 100km de distancia. El colectivo tiene varios destinos dependiendo su día y horario, tales como: Agustina, Tiburcio, Ascensión, Gral. Arenales, Arribeños y Ferré, entre otros.	

Ficha XIX. Fuente de elaboración propia.

RUTAS	BUENA	REGULAR	MALA
Ruta Provincial 50		X	
Ruta Provincial 65	X		
Camino de Gral. Arenales hacia la Laguna Mar Chiquita		X	

Ficha XX. Fuente de elaboración propia.

SEÑALIZACIÓN	BUENA	REGULAR	MALA
En rutas hacia Gral. Arenales	X		
En calles de Gral. Arenales	X		
De Gral. Arenales hacia la Laguna Mar Chiquita		X	
De Atractivos y Sitios de Interés			X

Ficha XXI. Fuente de elaboración propia.

8.3 Consideraciones del alojamiento, gastronomía y esparcimiento

En cuanto al alojamiento, se puede decir que en la localidad de Gral. Arenales no se encuentra mucha oferta, ya que solamente hay un hotel que se ubica a sólo 17 kilómetros de la Laguna Mar Chiquita, pero más allá del mismo también encontramos los campings del Complejo Polideportivo La Salada, del Arenales Futbol Club y de la Laguna misma, además de otra oferta que corresponde a las casa de familia que albergan a los pescadores que llegan a la ciudad por una noche. La diferencia entre ellos es que en el hotel pernoctan todos aquellos turistas que visitan la ciudad por trabajo como artistas, políticos y chacareros, y aquellos pescadores de clase media que viajan solos o acompañados y que requieren de más confort; en cambio, en los campings suelen pernoctar pescadores que viajan en grupos grandes o con familias y que no tienen tantos recursos para pernoctar en el hotel, también en ellos acampan aquellos jóvenes que hacen excursiones escolares y que visitan las laguna y en las casas de familias (que son pocas) sólo pernoctan aquellos pescadores que viajan solos, con poco dinero y por una noche.

En cuanto a la oferta gastronómica se puede decir que al ser una localidad pequeña ésta es muy variada, encontrando en su mayoría restaurantes que abren sus puertas al público todos los días y que concentran una buena infraestructura y un gran equipamiento, además de variados menús. La mayor parte de esta oferta comienza en el centro de la ciudad y continúa hacia las afueras por la Ruta Provincial 50, por lo que si tenemos en cuenta los alrededores de la Laguna Mar Chiquita, dicha oferta será tomada en cuenta en el trabajo de investigación.

En cuanto a lo que respecta al esparcimiento en el sector, podemos decir que el mismo no es muy variado, pero de todos modos encontramos algunos bares (que además funcionan como restaurantes) bien equipados que son frecuentados por adultos y jóvenes, así como también espacios verdes para que turistas, pescadores y familias realicen deportes al aire libre como fútbol, tenis y natación, y otras actividades como espectáculos de obras de teatro, de danza y de cine organizados por la Secretaría de Deportes y Turismo de la localidad.

8. 4 Consideraciones de las instalaciones

Las instalaciones en la Laguna Mar Chiquita son prácticamente nulas, ya que no hay muelles, sombrillas, reposeras, miradores y otros elementos que podrían ser de relativa importancia para el turista-pescador que la visita. Además, su gestión y administración es muy escasa y está en manos del pequeño grupo de Club de Pescadores, quienes son ellos mismos quienes se ofrecen de guías y suministran los botes y lanchas para quien quiera pescar adentro de la Laguna y no en la orilla. Por ende, las únicas instalaciones que en ella podemos encontrar es el camping y los baños, pero los mismos carecen de buenos equipamientos.

8. 5 Consideraciones de la infraestructura

En cuanto al transporte terrestre, encontramos solamente la empresa de colectivos “Laiolo” que entra a la ciudad y permite conectarla con las localidades vecinas más la ciudad de Junín y que además de contar con una buena calidad, es confortante, barato y cumple con todos los horarios preestablecidos. Pero una vez que el turista-pescador llega a la localidad, debe movilizarse 17 kilómetros hacia la Laguna, por lo que muchos utilizan el servicio de remis o el traslado que ofrece el mismo Club de Pescadores cobrándole un precio mínimo por él. Otros colectivos como “La Estrella” y “Costera Criolla” son de utilidad pero sólo llegan a los pueblos vecinos de Gral. Arenales, por lo que no los tomaremos en cuenta.

Para aquellos que llegan en automóvil a la localidad la red de carreteras que utilizan dependiendo de dónde vengán puede ser buena o regular, ya que si bien la Ruta Provincial 65 conserva un muy buen estado, la Ruta Provincial 50 presenta varios baches y poca iluminación. Por otro lado, las calles internas de General Arenales están en perfecto estado y muy bien señalizadas pero los 17 kilómetros que van hacia la Laguna son de greda y arena por lo que es difícil y complejo de transitarlos cuando ha llovido los días anteriores.

En cuanto a la sanidad, la localidad cuenta con un solo hospital que a su vez es el centro de primeros auxilios. El mismo fue reinaugurado hace muy pocos años, por lo que presenta una infraestructura en muy buen estado acompañada de un equipamiento bueno aunque reducido y un gran personal de médicos con varias especializaciones que tienen la capacidad de atender desde casos pequeños hasta los de más amplia complejidad, sin necesidad de que los pacientes se trasladen a otra localidad vecina para ser atendidos.

8. 6 Consideraciones de la supraestructura

Como mencionamos al inicio de nuestra investigación, para que el sistema turístico funcione adecuadamente a la perfección, se necesita del auxilio de un subsistema superior que regule correctamente todo el sistema turístico, y éste es la supraestructura.

Gral. Arenales y la Laguna Mar Chiquita no cuentan con una supraestructura desarrollada. La Municipalidad creó una Secretaría de Deportes y Turismo localizada en el centro de la ciudad dentro del municipio, que atiende aspectos fundamentales de ambos sectores pero inclinándose más hacia los deportes, por lo que podemos decir que no hay un sector especializado que atienda sólo al turismo en la localidad y además dicha secretaría no está bien organizada por lo que es casi imposible elaborar un organigrama de ella cuando el único cargo fijo es el del Director, profesional en educación física, por lo que también podemos decir que otro de los principales problemas que tenemos es la falta de personal idóneo que se encargue de la Secretaría, ya que la mayor parte de las personas que allí trabajan no tienen estudios u orientaciones hacia el turismo y les es difícil controlar y promover la actividad de la pesca recreativa en la Laguna, así como también el turismo de la localidad en su totalidad, por lo que es notable que se necesite de una nueva gestión que abarque cambios significativos y que invite a los lugareños a que se inserten en el turismo para que conozcan un poco más sobre la importancia que puede ser ésta disciplina aplicada en la Laguna Mar Chiquita, una gran joya a pulir. Abarcando ello, se puede determinar que también sería significativo que se estreche una unión entre el sector privado y público para comenzar a trabajar juntos en el desarrollo turístico de nuestro objeto de estudio.

8. 7 Análisis de la demanda

Para realizar el siguiente análisis de la demanda, hemos realizado encuestas en diferentes lugares y a diferentes perfiles de personas: en la localidad de General Arenales encuestamos a los lugareños, dentro del sector de la Laguna Mar Chiquita encuestamos a los turistas-pescadores y en los pueblos cercanos a la misma encuestamos a aquellos que

visitan la localidad y/o la laguna por diversos motivos, realizándose con ellas 3 salidas de campo.

Localidad de Gral. Arenales (lugareños)

Aquí vemos reflejado el resultado del sexo de las personas encuestadas. El 70% fueron de sexo masculino y el 30% restante de sexo femenino.

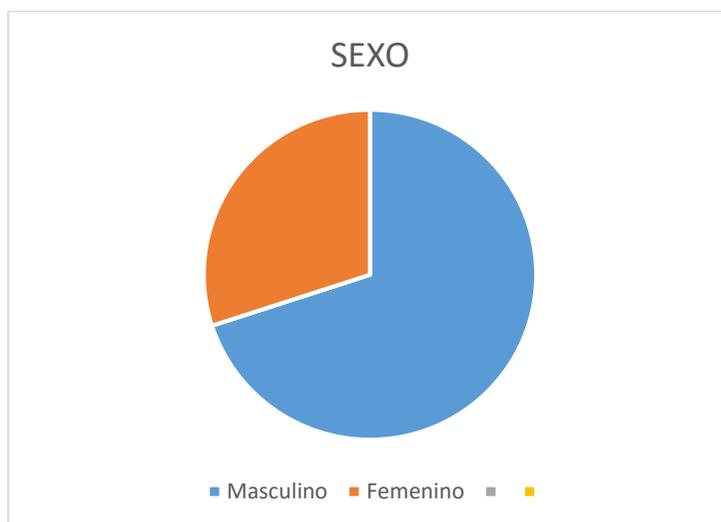


Gráfico I.

Las edades de los encuestados representan el siguiente gráfico, dando como resultado que un 20% tiene una edad que abarca desde los 15 a los 30 años, un 70% tiene una edad que abarca desde los 31 a los 45 años y un 10% restante corresponde a una edad que abarca desde los 46 a los 60 años aproximadamente.

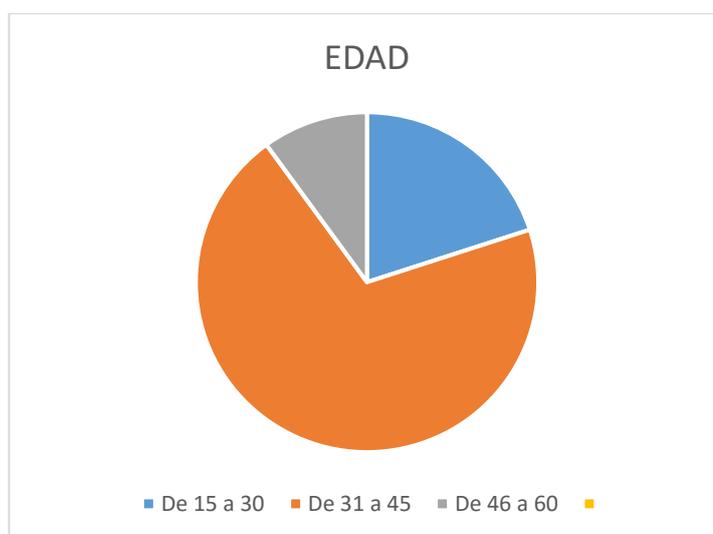


Gráfico II.

En el gráfico siguiente veremos reflejado que el 80% de las personas en su mayoría de sexo masculino conocen la Laguna y han ido a realizar la actividad de pesca recreativa en el lugar y un 20% reconoce no conocerla pero sí haber oído hablar de ella.



Gráfico III.

De aquel 20% que reconoce no conocer la Laguna, sólo el 5% tiene interés de conocerla y un 15% no manifestó ningún interés por la misma.



Gráfico IV.

En el siguiente gráfico veremos como de aquel 5% que tiene interés por visitar la Laguna un 2% lo haría por cercanía a la localidad y un 3% por curiosidad.

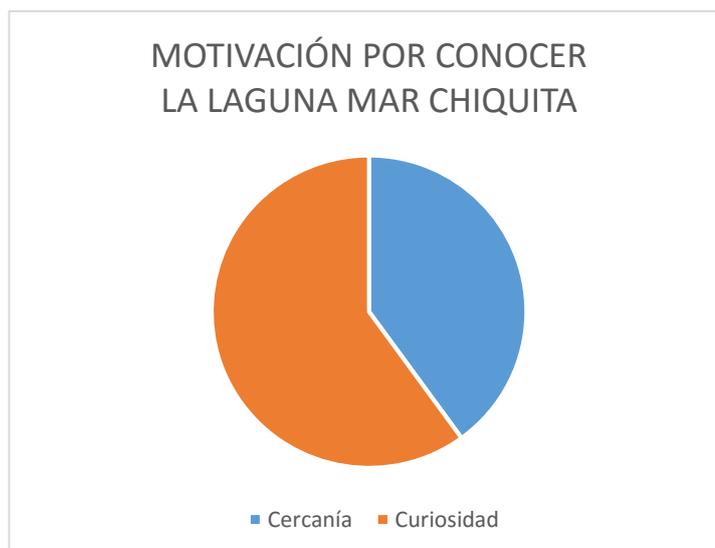


Gráfico V.

Sector de la Laguna Mar Chiquita y cercanías (turistas-pescadores): Resultados

En el siguiente gráfico podremos ver que 95% de los encuestados fueron de sexo masculino y un 5% restante de sexo femenino.

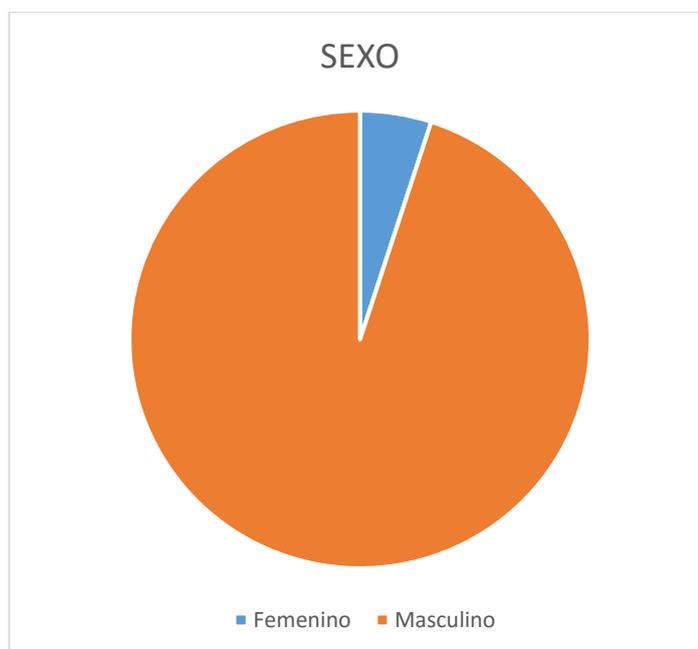


Gráfico VI.

El porcentaje de edades reflejadas en el siguiente gráfico muestra que un 80% posee entre 31 y 45 años de edad, un 10% posee entre 15 y 30 años de edad y el restante 10% posee entre 46 y 60 años aproximadamente de edad.

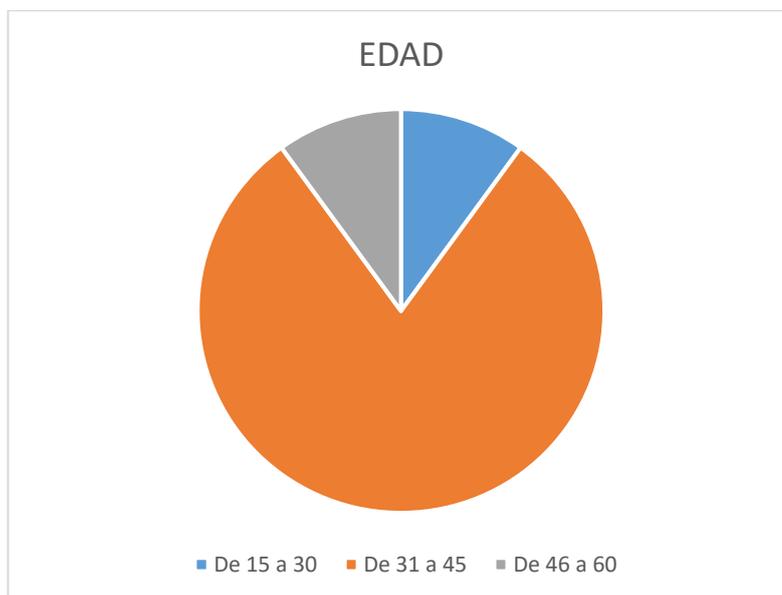


Gráfico VII.

El gráfico siguiente representa que 40% de las personas que visitan la Laguna Mar Chiquita son de la localidad de Gral. Arenales, un 50% provienen de pueblos y ciudades vecinas (Ascensión, Arribeños, Ferré, La Angelita, Ham, Junín, Alberti, entre otros) y un 10% provienen del Gran Buenos Aires, de Córdoba y/o de la provincia de Santa Fe.

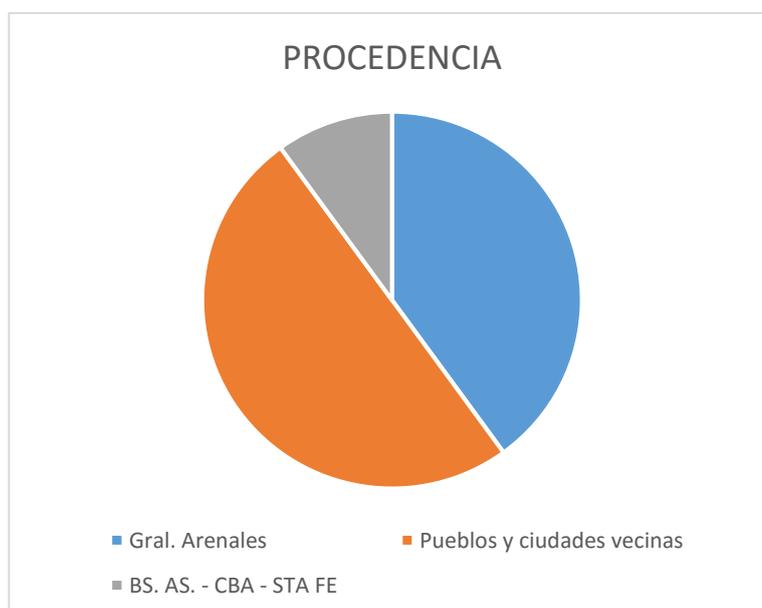


Gráfico VIII.

El 75% de los entrevistados manifestó visitar la Laguna más de 3 veces por mes y el 25% restante la visita entre 1 y 3 veces por mes.



Gráfico IX.

El siguiente gráfico muestra el motivo de la visita a la laguna, reflejando que el 90% de las personas lo hace para la realización de la pesca recreativa reconociendo que les gusta mucho el lugar y el 10% de las personas que la visitan lo hacen sólo como acompañantes.



Gráfico X.

El 57% de las personas no recorre los alrededores de la Laguna, en cambio el 43% restante manifestó visitar y conocer la localidad de Gral. Arenales.



Gráfico XI.

En el gráfico siguiente veremos como 97% de los encuestados que visitan y conocen la Laguna aseguran que los escasos servicios ofrecidos en la misma no satisfacen sus necesidades y el 3% opina que son medianamente satisfactorios.



Gráfico XII.

Este último gráfico refleja que un 30% de las personas que visitan la Laguna pernoctan en la localidad de Gral. Arenales y utiliza los servicios de la misma y un 70% que la visita sólo lo hace por un día, sin pernoctar ni utilizar servicios en la localidad cercana.



Gráfico XIII.

8. 8 Análisis FODA

El análisis FODA es una metodología de estudio de situación actual de una empresa u organización, que es en nuestro caso el sector de la Laguna Mar Chiquita de Gral. Arenales, permitiéndonos lograr tener un diagnóstico preciso para que luego en función del mismo puedan tomarse decisiones acordes a los objetivos formulados. Las cuatro variables que se emplean corresponden a dos internas: Fortalezas y Debilidades (en las cuales es posible actuar directamente sobre ellas), y dos externas: Oportunidades y Amenazas (difíciles de modificar).

FORTALEZAS

- Ubicación geográfica; favorable por su cercanía a distintos pueblos y ciudades.
- Situada dentro de la localidad de Gral. Arenales; la cual posee los servicios básicos necesarios para el turismo (alojamiento, alimentación, transporte, esparcimiento, etc.).
- Gran recurso turístico; capaz de contribuir al desarrollo.
- Reconocimiento de la Laguna en varias revistas y canales de pesca y turismo.
- Abundancia de pejerreyes y variedad de otros peces; que atraen a pescadores aficionados y amateurs.
- Gran espacio verde; que alberga un camping para quien desea quedarse más de un día en el sitio.

OPORTUNIDADES

- Puesta en valor del gran recurso turístico.
- Desarrollo de la pesca recreativa como actividad turística.
- Posibilidad de competir en el mercado.
- Hacer de Gral. Arenales una localidad receptora del turismo pesquero.
- Posibilidad de lograr lineamiento de acción profesional; un equipo de trabajo con el sector público (a través del Municipio y la Secretaría de Turismo y Deportes) y el sector privado (a través del Club de Pescadores y las empresas de alquileres de botes y lanchas).
- Posibilidad de obtener ingresos necesarios para su equipamiento y mantenimiento al cobrarse una entrada al sector.
- Posibilidad de aumentar el nivel de vida de los lugareños de Gral. Arenales al beneficiarse con las divisas que los pescadores dejan en los diferentes comercios, etc.
- Incluir a la comunidad en el proyecto; generando fuentes de trabajo.
- Ingresos de capital.

DEBILIDADES

- Falta de un reglamento municipal que regule la pesca en el sitio.
- Falta de implementación de planes y proyectos para el desarrollo del turismo pesquero en el sector.
- Posicionamiento poco claro.
- Falta de promoción.
- Poca concientización turística.
- Camino de acceso; 17km de greda y arena complejos de transitar en días lluviosos.
- Falta de infraestructura e equipamiento turístico dentro del sector de la Laguna.
- Inaccesibilidad a la Laguna para la práctica de actividades acuáticas que complementen el lugar.
- Falta de capacitación del personal de la Secretaría de Turismo y Deporte.
- Pocos y hasta deficientes servicios ofrecidos a los turistas dentro de la Laguna.

AMENAZAS

- Riesgo de pérdida de atractivos potenciales por falta de mantenimiento.
- Buen estado y posicionamiento de lagunas cercanas en las cuales se pueda realizar pesca recreativa.
- Riesgo que la demanda prefiera elegir a los competidores (por la falta de infraestructura y equipamiento turístico en nuestro sector).
- El clima.
- La economía.

9. CONCLUSIÓN

A lo largo de la investigación realizada para el armado de éste trabajo final, se analizaron los componentes del sistema turístico de la Laguna Mar Chiquita y de General Arenales, localidad que la alberga, con el deseo de demostrar mediante la información obtenida en las salidas de campo, la hipótesis planteada al comienzo del mismo. Las encuestas, entrevistas y guías de observación, permitieron recopilar la información necesaria, la cual fue desarrollada y analizada en el cuerpo de trabajo.

Con los resultados obtenidos; se podría estar en condiciones de afirmar la Laguna Mar Chiquita posee un potencial turístico a desarrollar, pudiéndose posicionar como centro de turismo de pesca recreativa, y más allá de que General Arenales no posea un atractivo de máxima jerarquía, los existentes cuentan con las características necesarias para que puedan ayudar a complementar el gran recurso turístico en cuestión que es la laguna, atrayendo a potenciales pescadores que puedan realizar su actividad recreativa pernoctando y utilizando además los servicios de alimentación, esparcimiento y transporte que ofrece la localidad.

Por otro lado, la falta de conformación y solidificación de la Secretaría de Turismo y Deporte, hace que se haga aún más difícil el comienzo de un correcto desarrollo turístico en el lugar, ya que como mencionamos anteriormente, la misma no posee personal idóneo y correctamente capacitado para el armado de planes turísticos, siendo el único cargo visible el del Director, tomado hace algunos meses.

Otro grave problema que abraza nuestro objeto de estudio es la falta de buena comunicación y coordinación entre el sector público y el sector privado, ya que la imagen de un destino siempre está condicionada por el buen o el mal desempeño de los organismos públicos y privados, además de su cantidad y calidad de recursos y atractivos turísticos, y por ello mismo es necesario que el accionar de dichos organismos sea el adecuado, porque así se podrá transmitir una imagen positiva y satisfactoria de La Laguna Mar Chiquita para la realización de la pesca recreativa.

Otra de las cosas de las que se podría estar en condiciones de afirmar es que los servicios que se ofrece en la Laguna Mar Chiquita no satisfacen las necesidades de los turistas que pasan su tiempo libre pescando allí, ya que la mayoría de las personas encuestadas a las que se les preguntó sobre el tema, se demostraron insatisfechas con dichos y escasos servicios ofrecidos en ella, pero también sorprendentemente manifestaron que General

Arenales, localidad que alberga la laguna, logra satisfacer medianamente con sus servicios las necesidades que se les presentan.

Para culminar la conclusión del diagnóstico y como último punto a destacar se puede permitir respaldar la hipótesis mencionada al principio de éste trabajo, ya que la falta de infraestructura y fomento del sector impide el desarrollo sostenible y sustentable del mismo, provocando así la ausencia de una posible explotación, por lo que se necesita de promoción, difusión e inversión para lograr resultados mucho más positivos.

Con todo ello se concluye a la satisfacción del cumplimiento, realizando este trabajo de investigación, de los objetivos planteados al principio, ya que se evaluó la potencialidad de la laguna dentro del marco del turismo de pesca, también se reconocieron posibilidades y limitaciones que el sector en estudio posee para desempeñarse como agente transformador frente a la explotación del tipo de turismo planteado y por último se propusieron posibles lineamientos de acción profesional con los diferentes actores sociales (públicos y privados) receptores del turismo pesquero en el lugar.

10. PROPUESTA

Del análisis y de las conclusiones se desprenden una serie de propuestas que hemos formulado con la finalidad de mejorar la experiencia de los visitantes y pescadores futuros de la Laguna Mar chiquita de General Arenales, aprovechando el gran recurso natural de agua que se nos presenta bajo el criterio de sostenibilidad y generando un compromiso de conservación para generaciones futuras. Logrando además que el sector pueda competir en el mercado obteniendo la imagen y el posicionamiento que se merece.

Propuestas para trabajar en el espacio físico:

- ✓ *Restaurar los 17 kilómetros de greda y arena que nos llevan hacia el sector.*

Si en los días anteriores al que el pescador llega al lugar ha llovido y el mismo no posee de una camioneta, le es casi imposible poder transitar los 17 kilómetros que lo acercan desde la localidad de General Arenales hacia el sector, por lo que el camino debería de ser restaurado con piedras o en lo posible pavimentado, permitiendo así su fácil circulación.

- ✓ *Realizar un dragado y controles periódicos de la laguna.*

El dragado podría realizarse para hacer uso recreativo de la laguna a través de actividades náuticas en aquellos lugares donde el pescador no tenga acceso, pudiendo implementar alquileres de kayaks y de motos acuáticas, dándole lugar a otro servicio más para ofrecer.

- ✓ *Dinamizar, mejorar y reestructurar el sector de los servicios.*

Los servicios que actualmente se ofrecen en la laguna son escasos, por lo que se propone en este punto lograr que dichos servicios existentes y los futuros propuestos funcionen correctamente, obteniendo un mejor desarrollo e importancia para la actividad; refiriéndonos con ello a aumentar el número de guías de pesca, incrementar las empresas de alquileres de botes y lanchas, restaurar baños manteniéndolos higienizados, ubicar y controlar los lugares de acampe, entre otras cosas que permitan agilizar y activar aún más el turismo en el lugar como una posible construcción de muelles y puentes para el paso del pescador y de guarderías y bajadas náuticas para aquellos que deseen realizar una actividad complementaria en los sectores alejados en donde el pescador no acceda.

- ✓ *Mejorar la señalización de las áreas turísticas dentro del sector, señalizando además los principales puntos de acceso.*

Tenemos cuatro puntos en los que no hay una señalización adecuada y que es fundamental que lo haya: el primer punto hace referencia al cartel que nos guía hacia camino de entrada, ubicado en la localidad de General Arenales, que es visualmente ignorado por su mala calidad y proporciones pequeñas; el segundo punto hace referencia al cartel inexistente de la entrada principal, que podría hacerse con un mínimo presupuesto utilizando herramientas básicas como lo son la creatividad y la imaginación, presentándole a aquel turista pescador que llega y se encuentra con el mismo un punto de arranque del lugar, dándole la bienvenida; el tercer punto tiene que ver con los carteles de guías y alquileres de botes que son artesanales, hechos sin ninguna indicación o flecha que nos guíe hacia dónde nos tenemos que dirigir para adquirir sus servicios; y el último punto tiene que ver con la inexistente señalización de los baños y la zona habilitada para acampar, ya que no se sabe con exactitud cuál es la misma porque su señalización es inexistente, y ello hace que el pescador estacione su casilla o casa rodante donde quiera o pueda, a veces obstruyendo la vista y el paso a los demás.

Propuestas para trabajar con la comunidad:

- ✓ *Propulsar una participación consultiva de mayor envergadura entre la comunidad de General Arenales y el Gobierno municipal.*

Ello se puede lograr a través de encuentros y jornadas en la Sede Municipal, en los cuales la comunidad interesada pueda exponer sus puntos de vista presentando claros proyectos que beneficien la actividad turística dentro de la Laguna Mar Chiquita, para luego poder debatirlos, modificarlos, acercarlos a la realidad y llevarlos a la práctica.

- ✓ *Promover las relaciones entre el sector público y el sector privado logrando asignaciones de recursos para poner en marcha planes y proyectos de desarrollo.*

Hacer un lazo de unión entre la Secretaría de Turismo y aquellos que trabajan en el sector de manera privada: guías de pesca, proveedores de botes y lanchas e integrantes del Club de Pescadores, logrando que trabajen en conjunto para el beneficio de ambos sectores.

- ✓ *Crear una imagen que permita identificar y diferenciar el sector de la laguna de otros centros turísticos de pesca recreativa.*

Si bien la laguna cuenta con una imagen impresa de un escudo que la define correctamente, la misma no es difundida y el pescador no la identifica como tal, por lo que se debería incluir dicho escudo en cada sitio que a la Mar Chiquita se refiere, ya sea desde una nota en un diario (como la de Weekend) hasta la página web del municipio, logrando visualmente una identificación del sitio, diferenciándolo de otras insignias de centros turísticos de pesca recreativa.

- ✓ *Promover, promocionar, difundir los atributos y características del sector en medios comunicacionales de turismo y de deportes.*

Empezando por los medios locales y continuando a nivel nacional, pudiendo crear en lo posible una web exclusiva del sector, en dónde el pescador que desee visitar la laguna tenga al alcance de su mano la información necesaria para satisfacer ese deseo, informando desde el pique y la pesca hasta los servicios que ofrece y el cómo llegar.

Propuestas para el sector público:

- ✓ *Controlar la fauna acuática de la laguna, gestionando que se cumplan las reglas de pesca preestablecidas con anterioridad, haciendo posible un mantenimiento de la misma a largo plazo.*

Desde la creación de una ordenanza municipal se puede regular el actual abuso de la pesca de pejerreyes en la laguna, preservando la fauna acuática de la misma, haciendo obligatorias las reglas preestablecidas con anterioridad de 50 piezas y una caña por pescador y controlando de que se cumplan, evitando que se deba hacer una repoblación continua de las especies existentes.

- ✓ *Crear una mini flota de unidades de salvataje.*

La prevención es un elemento fundamental a la hora de evitar situaciones de peligro en un lugar de acceso público, por lo que una propuesta conveniente sería la inclusión de un grupo de salvataje a disposición de los pescadores por cualquier inconveniente que pueda darse en el transcurso de la actividad pesquera o las posibles actividades náuticas que puedan llegar a realizarse en el sector de la laguna correspondiente al partido de General Arenales.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. *Administración del turismo, vol. 1. Trillas, México, 1988.*
- Ander-Egg, E. *Introducción a la planificación. Lumen, Buenos Aires, 1995*
- Boullón, R. *Las actividades turísticas... Trillas, México, 1983.*
- Boullón, R. *Los municipios turísticos. Trillas, México, 1988.*
- Boullón, R. *Marketing turístico: una expectativa desde la planificación. Librerías Turísticas, Buenos Aires, 1998.*
- Boullón, R. *Planificación del espacio turístico, 3° edición. Trillas, México, 1997.*
- Boullón, R. *Un nuevo tiempo libre. Trillas, México, 1984.*
- OMT. *Introducción al turismo. 1990.*
- Pearce, D. *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográfica. Trillas, México, 1989.*
- Kottler, P. *El marketing de servicios profesionales. México, 2004.*
- Kottler, P. *Mercadotecnia de localidades. México, 1994.*
- Kottler, P. *Mercadotecnia para hotelería y turismo. México, 2014.*
- Navarro, Diego. *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. Universidad de Aconcagua, Argentina.*
- Osorio García, Maribel. *La planificación turística: enfoques y modelos. 2006.*

Sitios web

- www.eumed.net
- www.noroestebonaerence.com.ar
- www.weekend.perfil.com
- www.irapescar.com
- www.msdb.com.ar
- www.pescadoresenlared.com
- www.webgate.ec.europa.eu *Uniendo la pesca con la economía del turismo. Magazine Farnet, 2013.*
- www.romerobrest.edu.ar Laforgue, Alfredo. *Historia de la pesca. Edición: 1953.*

ANEXOS

- *Diseño de fichas*
- *Diseño de encuestas*
- *Material complementario*

DISEÑO DE FICHAS

(FOTOGRAFÍA)	
NOMBRE	
CATEGORÍA	
TIPO	
JERARQUÍA	
LOCALIZACIÓN	
CARACTERÍSTICAS	

Encuesta a turistas y pescadores. Sector de la laguna y alrededores. Diseño:

ENCUESTA PARA UN TRABAJO DE INVESTIGACION
ACERCA DE LA LAGUNA MAR CHIQUITA DE GRAL. ARENALES

Marcar con una cruz la respuesta correcta donde sea necesario:

1) SEXO

FEMENINO MASCULINO

2) EDAD

DE 15 A 30 AÑOS DE 31 A 45 AÑOS DE 45 A 60 AÑOS O MÁS

3) LUGAR DE PROCEDENCIA

GRAL. ARENALES PUEBLO O CIUDAD VECINA

BS. AS / CBA / STA. FE

4) ¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LA LAGUNA POR MES?

MÁS DE 3 VECES AL MES ENTRE 1 Y 3 VECES AL MES

5) ¿CUAL ES EL MOTIVO DE SU VISITA?

PESCA RECREATIVA ACOMPAÑANTE

6) CUANDO VISITA LA LAGUNA...

¿RECORRE SU ALREDEDOR? ¿VISITA GRAL. ARENALES?

SI NO

7) LOS SERVICIOS QUE EN LA LAGUNA SE OFRECEN...

¿SATISFACEN SUS NECESIDADES?

NO SATISFACEN MEDIANAMENTE SI SATISFACEN

8) CADA VEZ QUE UD. VIENE A PESCAR A LA LAGUNA O A ACOMPAÑAR
A ALGUIEN QUE LO HACE...

¿PERNOCTA Y UTILIZA LOS SERVICIOS QUE LA LOCALIDAD DE GRAL.
ARENALES OFRECE?

SI NO

9) USTED QUE LA VISITA...

¿TIENE ALGUNA SUGERENCIA U OPINION SOBRE LA LAGUNA?

.....
.....
.....
.....
.....

Muchas gracias por su tiempo.

Wilmar Merino – Revista WEEKEND

Mar Chiquita de Arenales: flechas que no fallan

A solo 20 kilómetros de Junín y con entrada por los pueblos de Gral. Arenales y Agustina, este rendidor espejo picó en punta ofreciendo pejes de buena calidad en una laguna muy concurrida por su ubicación estratégica. Las claves para optimizar los rindes. Nota con video.

POR WILMAR MERINO



Mar Chiquita de Arenales picó en punta con sus pejes

Por Wilmar Merino

A sólo 20 km. de Junín y con entrada por los pueblos de Gral. Arenales y Agustina, este rendidor espejo picó en punta ofreciendo pejes de buena calidad; es muy concurrida por su ubicación estratégica. Hay botes y buenos guías.



FOTOS DE LA LAGUNA MAR CHIQUITA

