



PROVINCIA DE LA PAMPA
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



PLAN DE DESARROLLO
TURISTICO SUSTENTABLE
GUATRACHE
I Etapa

INFORME FINAL
OCTUBRE DE 2010

ESTUDIO: Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché – Primera Etapa

Comitente: Consejo Federal de Inversiones – CFI -
Gobierno de la Provincia de La Pampa
Municipalidad de Guatraché – La Pampa

Equipo Técnico:

Director: Lic. María Gabriela Dupén
Co- director: GUT Fabián Juncos

Asistencia técnica:

Lic. Luciana Jimena Sánchez
Lic. Carlos Espinosa

Colaboradores:

Municipalidad de Guatraché

Coordinador Cultura, Turismo, Deportes y Juventud: Sr. Pablo Herzel

Informante Turístico: Téc. Ana Lía Di Meo de Vergez

Subsecretaría de Turismo de la Provincia de La Pampa

AGRADECIMIENTOS

A la Municipalidad de Guatraché, al Sr. Intendente Leonardo Schenkel y a su equipo de colaboradores.

Al Consejo Federal de Inversiones por el apoyo en el financiamiento de esta primer etapa
A la Senadora Nacional Ing. María de los Ángeles Higonet, por la confianza depositada desde hace dos años, cuando se desempeñaba como Intendente de la localidad.

A la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de La Pampa

A la Familia Dupén, por abrirnos las puertas de su hogar en cada viaje del Equipo Consultor.

A Pablo Herzel, Director de Turismo Municipal, con quien contamos en todo momento, por su voluntad, colaboración y compromiso con el equipo y con Guatraché.

A Ana Lía Di Meo, quien fue nuestro referente "local", a quien molestábamos por teléfono una y otra vez y llenábamos de consultas su casilla de correo electrónico. Por su dedicación y vocación profesional, por su tiempo.

A todos los participantes de los talleres de sensibilización, a quienes acercaron sus propuestas, a la comunidad de Guatraché, a todos aquellos que creen que ES POSIBLE!

A todos ellos ...Muchas Gracias!

ÍNDICE GENERAL

1. Introducción.....	4
2. Objetivos y Metodología.....	6
3. Caracterización general del Área de Estudio.....	13
4. Evaluación de los factores, atractores y sistemas de apoyo.....	22
4.1 Factores.....	22
4.2 Sistemas de apoyo.....	33
4.3 Atractores.....	40
5. Análisis de la demanda actual y potencial.....	50
6. Síntesis del Análisis Situacional: Matriz FODA.....	56
7. Lineamientos Estratégicos de desarrollo turístico.....	58
7.1 Presentación.....	58
7.2. Línea 1 – Desarrollo de la Oferta Turística.....	62
7.3. Línea 2 – Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico.....	92
7.4. Línea 3 – Gestión Turística Local.....	116
7.5. Línea 4 - Sensibilización y Capacitación Turística.....	121
7.6. Síntesis de Líneas Estratégicas, Programas y Proyectos.....	129
8. Resultados Implementación de Talleres de Sensibilización y Diagnóstico.....	137
9. Consideraciones Finales.....	157

1. INTRODUCCION

La presente propuesta surge a partir de la inquietud de una de las integrantes del grupo consultor, oriunda de la localidad de Guatraché, quien desde hace varios años sueña con generar una alternativa de desarrollo para una localidad agrícola-ganadera por excelencia, pero donde se vislumbra una interesante cantidad de atractivos que podrían conformarse en una alternativa de desarrollo local.

En el actual contexto de globalización turística, la comunidad local adquiere desde el municipio un valor trascendental porque es un ámbito donde son posibles las propuestas que en la práctica den significado a las personas que viven en destino, las que vienen del centro emisor, y porque es la escala donde se puede percibir realmente la visualización real de la sostenibilidad ambiental y la autenticidad cultural de la practica turística. El desafío es claro: hacer viable el negocio y las empresas turísticas dentro del respeto a la participación de la comunidad local en las decisiones y la planificación del turismo. Todo esto con tres vértices de gestión: beneficios sociales y económicos para el municipio y sus habitantes, calidad y sostenibilidad ambiental y desarrollo turístico acorde con la autenticidad cultural y señas de identidad local.

Es en este marco que se presenta la propuesta de la Primer Etapa del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable al Municipio de Guatraché, quien había solicitado asistencia técnica para el desarrollo de la actividad turística en la localidad. Pudo concretarse esta primer etapa gracias al apoyo y financiamiento del Consejo Federal de Inversiones, quienes también confiaron en la solicitud de la Provincia de La Pampa y en la relevancia que tiene a nivel socioeconómico el desarrollo del Turismo.

El sector turístico se muestra como una actividad que continúa manifestando sus tendencias expansivas a nivel mundial, nacional y regional donde los destinos turísticos emergentes se convierten en el ámbito propicio para desarrollar esta actividad, mediante proyectos comunitarios y de desarrollo endógeno. Las nuevas motivaciones de la demanda se orientan fundamentalmente hacia la valoración de los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto-servicio.

En esta primer etapa del Plan, el equipo se planteo varios desafíos a llevar adelante en un plazo de seis meses, siendo el fin ultimo fue proveer al Municipio de Guatraché de una herramienta que le permita instrumentar la gestión turística y concretar acciones específicas a corto plazo y mediano plazo y estrategias para el desarrollo turístico local.

El presente documento constituye el Informe Final de esta Primer Etapa del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de Guatraché, y esta estructurado en tres documentos base:

El Documento 1: Diagnostico Situacional: contiene el marco conceptual y metodológico, definición de los objetivos y componentes del estudio y un análisis del contexto social, económico, ambiental y legal del destino, correspondiente a la etapa de diagnóstico. Complementando este análisis situacional, se efectúa una evaluación de los componentes del Sistema Turístico-Recreativo de Guatraché, de acuerdo a metodología FAS propuesta por la OMT, donde se analizan los principales factores, atractores y sistema de apoyo del destino.

El Documento 2: Lineamientos Estratégicos de Desarrollo Turístico. El presente documento presenta la definición de lineamientos estratégicos de Desarrollo Turístico para Guatraché. Cada línea tiene su fundamento, los objetivos y la formulación del menú de programas y proyectos que fueron determinados como prioritarios por el equipo técnico y en los talleres participativos.

El Documento 3: Resultados de los Talleres Participativos. En este documento se presentan los resultados de los diferentes talleres de sensibilización turística, realizados en la localidad, donde mediante una metodología participativa y dinámica se trabajó en forma conjunta con la comunidad local en directrices que guiaron las decisiones estratégicas de este plan de desarrollo.

Con esta propuesta se pretende de alguna manera rescatar las esperanzas, las inquietudes y los sueños de aquellos que cotidianamente despiertan en el ámbito de la llanura pampeana, en estas pequeñas comunidades donde surge la esencia misma de lo que identifica a nuestra Provincia, nuestros amaneceres, nuestro cielo limpio, interrumpido por la figura de algún caldén, nuestra amada PAMPA.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DEL PLAN

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la localidad de Guatraché que constituya un documento-guía de gestión. Que mediante la definición de estrategias, programas y acciones contribuya a optimizar los efectos directos e indirectos del turismo en la escala local y regional, con el fin de diversificar y complementar la economía de la localidad, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

COMPONENTES DEL ESTUDIO – PRIMERA ETAPA

Componente 1	Diagnóstico
Componente 2	Definición de estrategias para el desarrollo turístico sustentable de Guatraché
Componente 3	Diseñar e implementar acciones de sensibilización y capacitación turística
Componente 4	Plan de acción sugerido

Objetivos específicos según componente:

Componente 1: Diagnóstico

- Efectuar un diagnóstico situacional del espacio turístico-recreativo de la localidad a fin de diseñar estrategias para el desarrollo turístico de Guatraché.

Componente 2: Definición de estrategias para el desarrollo turístico sustentable de Guatraché

- Definir estrategias, programas y acciones que permitan poner en valor el patrimonio turístico-recreativo de la localidad y direccionar su desarrollo turístico en función de los Factores, Atractores y Sistemas de Soporte.
- Construir un Perfil Turístico mediante la participación de los actores locales vinculados al desarrollo turístico de Guatraché, definiendo el rol del destino y su funcionalidad.
- Promover la articulación del desarrollo turístico con las demás actividades productivas del área y su integración al sistema turístico provincial.

Componente 3: Diseñar e implementar acciones de sensibilización y capacitación turística.

- Sensibilizar a la comunidad local y promover la participación institucional de los sectores público, privado, educativo, y de organizaciones intermedias vinculadas con la actividad, a fin de contribuir en la definición de los ejes estratégicos del plan.
- Capacitar a los recursos humanos locales vinculados a la actividad turística en base a: el perfil definido para el destino, las necesidades identificadas en los talleres de sensibilización.

Componente 4: Plan de acción sugerido

- Proponer lineamientos de acciones prioritarias en base a los resultados obtenidos en este estudio.

FINALIDAD de la primera etapa del plan

Proveer al Municipio de Guatraché de una herramienta que le permita instrumentar la gestión turística y concretar acciones específicas a corto plazo y estrategias para el desarrollo turístico local.

ALCANCE FINAL PREVISTO

Desarrollo de la Primer Etapa del Plan de Desarrollo Turístico sustentable de la Localidad de Guatraché: Diagnóstico de situación Planteo de estrategias de desarrollo turístico y propuesta de líneas de acción a priorizar.

RESULTADOS ESPERADOS

El producto final de la primera etapa del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché, se traduce en los siguientes documentos y acciones correspondientes a los componentes que estructuran este estudio.

- **Documento 1:** Diagnóstico situacional. Matriz FODA.
- **Documento 2:** Definición de estrategias para el desarrollo turístico sustentable de Guatraché. Plan de acción sugerido.
- **Documento 3:** Resultados implementación de **acciones de sensibilización y capacitación turística**

BENEFICIOS ESPERADOS

- La construcción del perfil de destino turístico de Guatraché, involucrando a la comunidad como protagonista del desarrollo turístico local.
- La puesta en valor y optimización de la oferta turística - recreativa de la localidad.

- El posicionamiento de Guatraché como destino turístico - recreativo en el mercado regional y nacional.
- Captación de nuevos segmentos de mercado y aumentar la cantidad de visitantes.
- Acompañamiento y asistencia técnica al Municipio de Guatraché en el proceso de toma de decisiones tendientes al desarrollo turístico de la localidad.
- Fortalecimiento de los recursos humanos involucrados en la actividad.
- Afianzamiento de la identidad histórica y cultural de la población local.
- Que la implementación de esta primera etapa del plan sienta las bases de un modelo de desarrollo turístico planificado y participativo, que hagan del turismo un catalizador de esfuerzos para el desarrollo local de Guatraché.

ÁREA EN ESTUDIO

El área de intervención de este Plan de Desarrollo será la Localidad de Guatraché y su área de influencia. La misma se encuentra ubicada en el Sud-Este de la Provincia de La Pampa y es la Cabecera del Departamento homónimo.

Dentro del área bajo estudio se encuentran: el Parque Recreativo Samuel Novicik, donde se localiza la Laguna Guatraché, y la Colonia Menonita.

METODOLOGÍA

ENFOQUE

Se ha decidido adoptar el siguiente enfoque para el proceso de elaboración del Plan:

- **SISTEMICO:**
 - Todos los elementos del sistema están en constante interrelación y se influyen mutuamente: el turismo solo es una parte de esos procesos.
 - La localidad está inserta o es parte de sistemas mayores: la provincia, la región, el país.

- **PENSAMIENTO ESTRATEGICO:**

- La realidad está en cambio permanente y por tanto hay que estar atento a su conocimiento confiable y válido.
- En el escenario turístico dentro y en el contexto de la localidad, hay multiplicidad de actores, intereses, expectativas, roles y funciones; por tanto hay que generar espacios de comunicación y participación efectiva para identificar la problemática, las oportunidades, los objetivos y acuerdos para implementar estrategias que permitan alcanzar esos objetivos en la forma más equilibrada posible.
- En función a los dos aspectos señalados, es indispensable hacer proyecciones sobre escenarios posibles, que orienten la planificación.

CARACTERISTICAS DEL PROCESO

En consecuencia a todo lo descrito hasta aquí, se señalan las principales características que tendrá el proceso de elaboración del Plan:

- Auténticamente participativo, generando los espacios para la participación, facilitándola y promoviendo el involucramiento de los actores clave. Los actores y niveles de participación variarán en función a cada etapa del proceso.
- Rigurosamente Técnico, empezando por el suficiente y adecuado conocimiento de la realidad a intervenir, a fin de que se logren información y conclusiones que orienten y viabilicen la toma de mejores decisiones para impulsar y manejar el turismo sostenible en la localidad.
- Debe ser eficiente y oportuno: cumplimiento de los cronogramas acordados y uso racional de los recursos, potenciándolos con los aportes e involucramientos de los actores, sobre todo del municipio de Guatraché y teniendo como norma la elevada calidad de los procesos y resultados.
- Transparencia en todos los aspectos y etapas, de forma que se fortalezca la confianza y credibilidad mutua entre los actores del proceso, lo cual incrementará los niveles de participación e involucramiento, sobre todo para la etapa de implementación; generando además condiciones para la gestión sostenible del turismo.
- Tanto el proceso como sus resultados (diagnóstico, estándares, lineamientos, criterios, etc.) deben ser prácticos y de utilidad para todos los actores, de forma que se construya sobre lo que existe y se potencien recursos y espacios de

concertación y trabajo, evitando duplicación de esfuerzos y costos, así como desgaste de la base social e institucional.

- Fortalecer, articular e involucrar a los actores clave, ya que los cambios en la realidad solo se logran si hay acuerdos entre los actores más importantes y compromisos para la implementación y control del proceso.
- El Plan debe ser viable, factible y realista.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE GUATRACHE I Etapa

DOCUMENTO 1: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL



3. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL ÁREA EN ESTUDIO

● **Macrolocalización**



El área de intervención de este Plan de Desarrollo, la localidad de Guatraché y su área de influencia, se encuentra ubicada en el Sud-Este de la Provincia de La Pampa; a 37° 38' de latitud Sur y a 63° 64' de longitud Oeste con respecto al Meridiano de Greenwich; a una altura sobre el nivel del mar de 75 metros. Es cabecera del Departamento homónimo, el cual tiene una superficie de 3.525 Km². El ejido municipal de Guatraché posee 105.000 has. de superficie.

Guatraché se localiza sobre la Ruta Provincial N° 1 y la Ruta Provincial N° 24, dista 190 Km. de la capital provincial Santa Rosa, 180 km. de Bahía Blanca y a 693 km de Buenos Aires.

● **Etimología**

Guatraché, toponimio de dudosa traducción hacia el que convergen interpretaciones encontradas ha provocado diversas charlas y polémicas, destinadas todas a descifrar su significado. De todas las acepciones la que merece mayor validez y que está avalada por mayor cantidad de autores es la que afirma que Guatraché es un vocablo araucano y expresa que “guatra” viene de “huata” (término popular en Chile que significa vientre) y

“ché” que significa gente (Eliseo Tello y Enrique Stieben), es decir “Panza de gente” o “Gente de panza”. (Diccionario Geográfico de las Gobernaciones Nacionales).

Tello también conecta “guatra” con “enfermedad”, narrando que las aguas con sales y agentes químicos habrían producido dilataciones abdominales. Esto se ilustra en que si bien el atractivo de referencia Laguna de Guatraché, es reconocida por sus propiedades curativas, también le adosan la característica de que la ingesta de sus aguas provoca un marcado efecto gastrointestinal. No se considera impropio destacar la trascendencia de estos hechos en relación con la interpretación del topónimo. No es casual que por una parte el sustantivo “Guatra” equivalga a “vientre”, ya que los efectos gastrointestinales señalados tendrían mucho que ver, es decir la etimología del vocablo en conexión con posibles malestares estomacales. En efecto “enfermo” se dice “guthram” en araucano (Manual de lengua Pampeana) en este caso la versión sería “la laguna de la gente enferma”. Además se recogen otras variantes, con “guatra” como “forastero” como “petizo”, conducentes a “gente forastera” y “gente petiza”, respectivamente.

● **Evolución histórica**

La localidad de Guatraché fue fundada el 19 de abril de 1908 por la compañía de tierras Guatraché Land Company Limited, sin embargo sus orígenes se remontan a la época de la Campaña al Desierto.

El núcleo poblacional previo a la fundación del pueblo, como en el caso de la mayoría de los pueblos pampeanos, se concentraba en torno al rectángulo que ocupaba la estación y playa de maniobras ferroviaria.

Antes de ser fundada ya existían asentamientos humanos, en 1902 se establecieron en la localidad varias familias procedentes del partido de Puán.

En 1906 se inaugura el ramal Puán-Remecó, llega el ferrocarril facilitando el arribo de inmigrantes. En 1908, año fundacional, se procede a la subdivisión y el trazado construyendo los principales edificios públicos, y en 1923 se crea la municipalidad.

El fraccionamiento y parcelamiento de las tierras, la llegada de los primeros núcleos de colonos agricultores -muchos de ellos inmigrantes- dieron el puntapié inicial a lo que prometía ser un despegue venturoso para la flamante comunidad. El tendido de alambradas, la instalación de molinos, la construcción de viviendas junto al arduo trabajo

de la tierra, perfilaron a los nuevos pioneros pero, lamentablemente, al mismo tiempo que sembraban las simientes se iniciaban una serie de problemas tanto de origen natural como humano que repercutirían negativamente sobre el nuevo espacio productivo.

En efecto, la necesidad de obtener la mayor cantidad de tierras disponibles para la producción de cereales, esencialmente trigo, llevó a erradicar el bosque de Caldén en grandes extensiones, dejando sin protección alguna a suelos someros con alta propensión a las voladuras. Ya en 1910, apenas dos años después de la fundación, aparecieron los primeros problemas para los colonos. El detonante fue - tal como sucediera en muchas otras ocasiones - la sequía registrada en el sudeste pampeano y sur bonaerense acompañada de intensos vientos que hicieron fracasar las cosechas.

Desde ya que estos productores sufrieron los avatares de la crisis suscitada en 1929, donde a las desventajas del comercio internacional se sumaron una serie de escollos de tipo climático centrados en años de permanente sequía y la consecuente voladura de los campos.

Guatraché, dinamizó el proceso cerealero por medio de la compañía inglesa Guatraché Land Company en posesión de 40.000 hectáreas.

A mediados de la década del '50 los insistentes pedidos por parte de los productores rurales llevaron a fijar políticas para los caminos. Esto tuvo hito muy importante en la concreción del Plan de Caminos de Fomento Agrícola; así se determinó una metodología y recursos acordes para desarrollar un sector vital para la economía del país. Ahora bien, estos caminos debían seguir una nueva lógica. Los habitantes del territorio tenían otras necesidades e intereses, y por lo tanto había que ordenar y jerarquizar estas vías, o sea había que reglamentar su construcción.

En este contexto surge el Código Rural de los Territorios Nacionales bajo la Ley 3.088. En este tiempo existía una alta y variada densidad poblacional, tal como se muestra en Cuadro N° 1.

Cuadro N° 1: Primeros pobladores de Guatraché según nacionalidad y sexo. Año 1912.

Nacionalidad	Varones	Mujeres	Total
Argentinos	1360	1231	2591
Alemanes	57	19	76
Austriacos	22	8	30
Belgas	3	--	3
Brasileros	9	3	12
Chilenos	5	--	5
Dinamarqueses	13	3	16
Españoles	340	117	457
Franceses	47	22	69
Holandeses	3	1	4
Ingleses	14	4	18
Italianos	173	70	243
Paraguayos	3	--	3
Portugueses	7	--	7
Rumanos	20	12	32
Rusos	800	737	1627
Suizos	6	--	6
Turcos	7	--	7
Uruguayos	66	29	95
Otras nac.	2	--	2
Totales	3084	2256	5304

Fuente Censo de Población de los Territorios Nacionales de la Republica Argentina, 1912

En los primeros años de su fundación la población estaba constituida principalmente por extranjeros más del 50%, y la población rural era mucho mayor que la urbana. Con la crisis de 1930 disminuyó en forma alarmante, se produjo un éxodo de los habitantes de la zona rural, posteriormente se vuelve a poblar un poco el campo en un porcentaje menos importante hasta la llegada de los Menonitas. El crecimiento de la migración de los pobladores rurales a la zona urbana se debe a que esta última ofrece múltiples atractivos, como fuentes de trabajo frente al estancamiento del crecimiento del empleo rural. Como así también aspiraciones de mejora en la calidad de vida y servicios, facilitadas por la comunicación, y las nuevas formas de producción, entre otras.

● **Caracterización demográfica y poblacional**

Según el último censo poblacional del año 2001, la población total de Guatraché es de 5.275 habitantes, y esta constituida en un 68% por población urbana y en un 32% población rural, de los cuales el 23% son Menonitas.

Cuadro N° 2 – Evolución de la población de Guatraché. Años 1991 / 2001

Área	Población		Variación % 2001/1991
	1991	2001	
Municipio (incluye área rural)	4.944	5.275	6.20
Población Rural	3.164	1.581	-0,50
Población Urbana	1.780	3.694	1,07
Departamento Guatrache	9.425	10.428	9.62

Fuente: Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas de 1991 y 2001.

¿Que ocurrió en los últimos 10 años?

- ✓ La población total creció un 6.20%, menos que la de todo el Departamento Guatraché que creció un 9.62%.
- ✓ En 1991 el 64% de la población del municipio vivía en el área rural.
- ✓ En el 2001 el 70% de la población del municipio vive en el área urbana.
- ✓ La población rural de Guatraché disminuyó en 34%.
- ✓ El incremento poblacional en el Departamento Guatraché fue del 9.62%, más que el incremento registrado en toda la Provincia.
- ✓ Según condición migratoria, el 72,9 % de los habitantes del Departamento son no migrantes
- ✓ El 16,4% corresponde a migrantes internos interprovinciales
- ✓ El 0,7% corresponde a migrantes de países limítrofes
- ✓ El 10% a migrantes de otros países.

Composición poblacional por sexo y edad

- ✓ El Departamento Guatraché tiene un índice de masculinidad de 104,8 varones por cada 100 mujeres. En la relación de masculinidad por grupo de edad se evidencia un equilibrio entre los sexos, la superioridad del sexo masculino se produce en edades económicamente activas (15-65).
- ✓ El índice de masculinidad para los grupos de más de 65 años es de 80,6%.
- ✓ La población de la provincia La Pampa es de 304.720 habitantes, con una cantidad de mujeres de 151.873 y una cantidad de varones de 152.847.
- ✓ La localidad se caracteriza por ser una población joven. El 50% de sus habitantes corresponde a menores de 49 años, donde se destaca un franja etárea definida por el segmento de 20 a 39 años, representada por el 13,3%

Composición poblacional por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)

- ✓ Guatraché tiene el 18,7 % de su población con algún tipo de NBI. (Fuente: Síntesis Social Económica de la Provincia de La Pampa. Octubre 2006)
- ✓ Este Municipio registra el mayor porcentaje de población con “NBI escolaridad¹” “16,57%.
- ✓ Es una de las localidades con bajo porcentaje de población con “NBI hacinamiento”, el 4,49% (cuando el promedio provincial es de 7,71%).
- ✓ El índice de “NBI capacidad de subsistencia” coincide con la media provincial (1,61%). (Los Municipios de La Provincia de La Pampa. INDEC. 1999)

● Contexto institucional

En el ámbito educativo, funcionan 3 escuelas de EGB y 2 establecimientos polimodales. La matrícula total del EGB1 y EGB2 durante 2007 ha sido de 370 alumnos. El promedio de egreso es del 80% de los que comenzaron el polimodal. Si bien oscila la cantidad de egresados en cada vez mayor el porcentaje de aquellos que continúan sus estudios.

¹ Población con “NBI escolaridad” se considera a aquellos habitantes de un hogar que cuenta con, al menos, un niño en edad escolar (6 a 12 años), que no asiste a la escuela.

En este sentido, es importante aclarar, que el nivel de instrucción de los mismos, no es el mayor índice alcanzado por toda la población. Esto, directamente relacionado con la posibilidad que brinda la comunidad de culminar sus estudios y migrar a localidades donde realizar estudios de grado.

La actividad social se nuclea en los Clubes deportivos; Pampero, Huracán y las asociaciones de inmigrantes.

Respecto a las distintas instituciones del pueblo y sus años de fundación se referencian: 1909, Comisaría; 1910, Registro Civil y Iglesia San Francisco Javier y Juzgado de paz; 1912, Estación Agrotécnica; 1923, Municipalidad y Asociación Española; 1924, Asociación Italiana; 1928, Cuerpo de Bomberos; 1921, Club Pampero y 1943, Club Huracán, 1973 Aero Club.

La salud es atendida en el Hospital Manuel Freyre. El servicio eléctrico es prestado por la Cooperativa La Eléctrica fundada en 1952. Por ser una zona basada en la actividad agrícola-ganadera se conformó en 1930 la Federación Agraria Argentina y las cooperativas Agrícola-ganadera en 1947 y Agropecuaria en 1949.

● **Aspectos legales**

En cuanto al aspecto legal de la actividad turística, la provincia de La Pampa no posee Ley Provincial de Turismo, se basa en la normativa nacional, como es el caso de la **Ley N° 18.829 de Agencias de Viaje**. En lo referente a alojamientos, la Subsecretaria de Turismo de la Provincia de la Pampa crea el Registro Provincial de Alojamientos Turísticos según **decreto 2686/78 alojamientos turísticos en la provincia de La Pampa**, que tiene como objeto la clasificación, categorización y regulación de los establecimientos de alojamiento. Asimismo existe una ley que define y regula los cotos de caza, la **Ley N° 1194** y su **decreto reglamentario N° 2218/94**.

En el caso particular de la Laguna Guatraché esta fue declarada Área Natural Protegida dentro del marco de la **Ley Provincial N° 1.321**, por la Cámara de Diputados de la Provincia de La Pampa. Esta ley se promulga con el propósito de mantener y conservar el ecosistema y para propiciar la investigación, la recreación y educación ambiental. Como la laguna no recibe ningún agente externo que perturbe ni debilite su poder, puede

afirmarse que es en realidad un gran laboratorio químico natural que todo lo produce por sí mismo.

La **Dirección de Turismo Municipal**, cumple en Guatraché un rol fundamental, ya que regula tanto las actividades turísticas reglamentando su uso, brindando capacitaciones a los prestadores de servicios en general, realizando relevamientos y acciones de promoción del destino; como así también la puesta en valor de distintos atractivos turísticos de relevancia.

● **Aspectos económicos**

La principal actividad económica de Guatraché se basa en la producción ganadera y agrícola, siendo el principal cultivo el trigo, se siembran aproximadamente 60.000 has. La actividad ganadera esta concentrada principalmente en grandes estancias, que aportan el 65% de la producción total. Asimismo en los últimos años otra actividad relevante es la apicultura.

En lo que se refiere a la industria, Guatraché no cuenta con fábricas de magnitud, con excepción del establecimiento purificador de sulfato de sodio (PAGRUN). Se industrializa la materia prima mediante la deshidratación y purificación. El sulfato se utiliza en diversas actividades industriales (curtiembres, metalurgia, papeleras).

A su vez, Guatraché es nodo de distribución entre las localidades de Macachín y General Campos al Norte, General San Martín y Jacinto Aráuz hacia el Sur, Colonia Santa Teresa y la localidad de provincia de Buenos Aires como Darregueira hacia el Este; brinda servicios básicos y complementarios a pobladores de la Colonia Menonita ubicadas en la zona rural – distante 40 km. de la localidad.

En la actualidad la actividad turística es incipiente. Su principal desarrollo comenzó a partir del año 1995 cuando se crea la Clínica Termal, con el objeto de aprovechar las propiedades terapéuticas del recurso, y el Gobierno de la Provincia otorga créditos para financiar la obra, al mismo tiempo que Guatraché es declarado “Capital Provincial del Turismo Pampeano” .

De igual manera la Laguna Guatraché ya recibía visitantes que utilizaban este recurso con fines recreativos y de salud, dadas las propiedades curativas del fango y sus aguas.

Guatraché cuenta con recursos turísticos que han permitido poco a poco perfilarse como un destino turismo emergente. Las termas, la Laguna Guatraché y la Colonia Menonita atraen año a año mayor cantidad de visitantes.

Asimismo la oferta de servicios turísticos y complementarios de la localidad ha ido desarrollándose paulatinamente en los últimos años, con una insipiente planta de alojamiento y algunos servicios de apoyo..

Actualmente desde la política pública municipal se plantea al turismo como una alternativa de desarrollo local que contribuya a complementar el perfil agrícola - ganadero de Guatraché.

4. EVALUACIÓN DE LOS FACTORES, ATRACTORES Y SISTEMAS DE APOYO

La evaluación de los factores, atractores y sistemas de apoyo de Guatraché, se realiza en base al Modelo FAS de la Organización Mundial del Turismo –OMT-, adaptando los recursos de la localidad a los componentes del espacio que propone el modelo. A saber,

Figura n° 1: -Componentes del Modelo FAS



Fuente: Sectur/Funyder (2007) SUITA

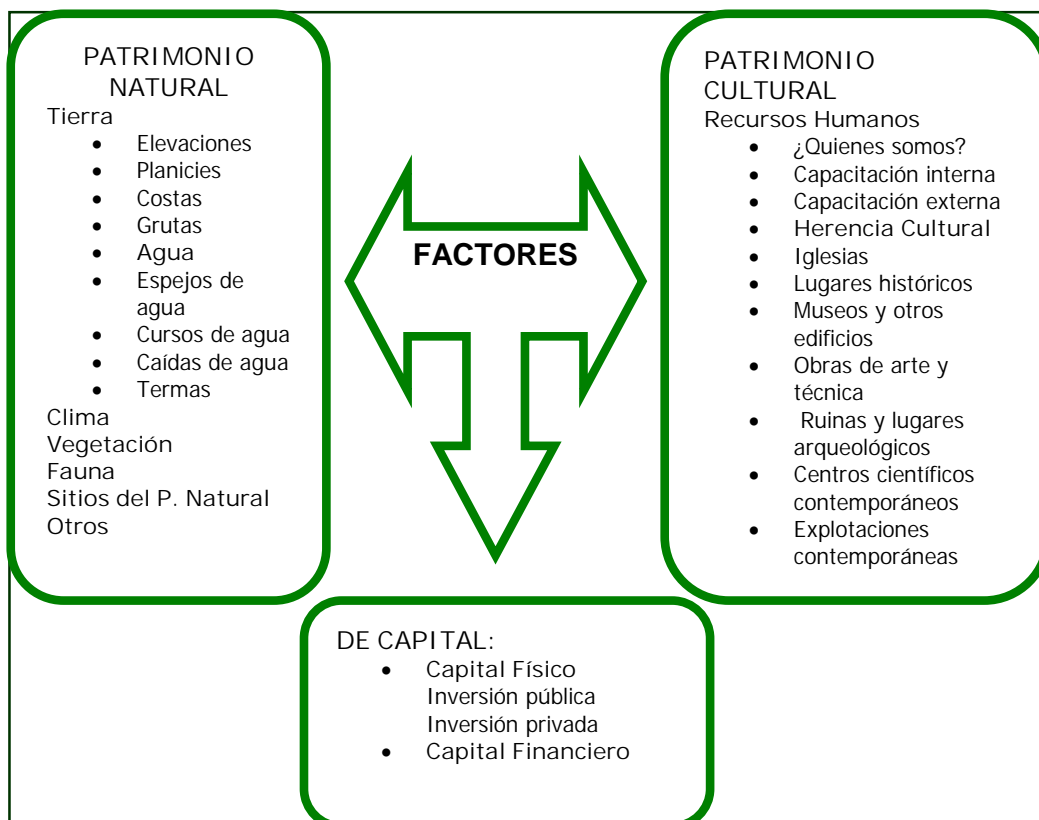
Esta metodología se aplica sobre el destino turístico, considerándolo como una unidad, un espacio de consumo y producción donde todos los componentes deben interactuar. A continuación se presenta el análisis de cada componente que integra el espacio turístico Guatraché.

4.1. LOS FACTORES

Considerando a los **FACTORES**, como aquellas condiciones de base del destino, constituidas por su patrimonio natural y cultural y a aquellos recursos de capital y humano que son determinantes en la competitividad de los mismos, se puede inferir que en el escenario turístico “real”, generalmente no construido para el turismo, existen como parte del patrimonio, **recursos naturales** (paisaje, fauna, flora, el mismo espacio físico, etc.) susceptibles de ser incorporados al producto turístico y también **recursos humanos**

(culturales y de equipos humanos) que con mayor o menor grado de desarrollo pueden contribuir también a generar el producto.

Figura N° 2 : Factores



Fuente: Sectur/Funyder (2007) SUITA

Asimismo, se considera a los **recursos de capital** (capital físico, bienes intermedios, capital financiero, etc.) sin los cuales es extremadamente difícil hacer operativo un destino turístico.

Según el modelo FAS, los factores se clasifican en tres categorías, de acuerdo a lo que muestra la Figura N° 2 . A continuación se presenta un cuadro síntesis con los factores naturales y culturales identificados en la localidad de Guatraché.

FACTOR: Patrimonio Natural – Agua / Tierra / Otros

Elemento	Categoría	Subcategoría	Atractivo
Agua	Termas	Aguas Termales	Parque Termal Laguna Guatraché
Agua	Espejos de agua	Laguna	Laguna Guatraché
Tierra	Elevaciones	Cerros	Cerros Laguna Guatraché
Otros	Sitios del patrimonio natural	Área Protegida	Área Natural Protegida Laguna Guatraché
Otros	Fauna	Especies habilitadas para la caza deportiva	Cotos de Caza / Campos libres habilitados para la caza
Otros	Fauna	Lugar de observación de avifauna	Área Natural Protegida Laguna Guatraché
Otros	Sitios del patrimonio natural	Lugar de observación de flora y fauna	Estancia “El Descanso”
Otros	Vegetación	Especies representativas	Área Natural Protegida Laguna Guatraché / Paisaje circundante.

Fuente: elaboración propia

FACTOR: Patrimonio Cultural - Herencia cultural

Categoría	Subcategoría	Atractivo
Obras, lugares y elementos de la Cultura	Iglesias	Iglesia Católica San Francisco Javier
	Iglesias	Iglesia Luterana
	Lugares históricos	Estación Ferrocarril
	Lugares históricos	Oficina Land Company
	Lugares históricos	Juzgado De Paz
	Lugares históricos	Correo Postal
	Lugares históricos	Villa Rosa-Beba-Mary
	Lugares históricos	Escuela Nacional
	Lugares históricos	Antigua Comisaria (Actual Museo Histórico)
	Lugares históricos	Casa Novick-Insausti
	Lugares históricos	Villa Pascuala
	Lugares históricos	Antigua Municipalidad.
	Lugares históricos	Antiguo Colegio Salesiano
	Lugares históricos	Antigua Sociedad Italiana

Categoría	Subcategoría	Atractivo
Obras, lugares y elementos de la Cultura	Lugares históricos	Antigua Sociedad Española.
	Lugares históricos	El Imparcial
	Lugares históricos	Casa Rocco
	Lugares históricos	Casa Fontaneto.
	Lugares históricos	Casa Campastro
	Lugares históricos	Usina Electrica
	Museos y otros edificios	Museo Histórico
	Museos y otros edificios	Museo Mecánico
	Museos y otros edificios	Museo Estación Ferrocarril
	Obras religiosas	Cristo de la Salud
	Explotaciones contemporáneas: Explotación Agropecuaria	Tambo: Agropecuaria Vadimar SAICI. Se muestra el proceso de producción lechera.
	Explotaciones contemporáneas: Explotación Agropecuaria	Estancia La Julia
	Explotaciones contemporáneas: Actividad industrial	PAGRUN. Extracción y purificación de sulfato de sodio anhidro natural.
	Explotaciones contemporáneas: Actividad industrial	GUATRA CHICK'S. Tostadero de semillas de girasol.
Centros científicos, técnicos y recreativos contemporáneos	Escuela Agrotécnica	
Acontecimientos programados	Fiestas populares	Fiesta Provincial del Turismo
	Fiestas populares	Fiesta Provincial de la Tierra del Caldén
	Fiestas populares	Fiesta Aniversario del pueblo
	Fiestas religiosas	Fiesta de Santa Cecilia, patrona de la música
Folclore	Grupos étnicos	Colonia Menonita Nueva Esperanza

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los principales factores relevados a continuación se presenta un análisis y descripción de los atractivos.

FACTOR: Patrimonio Natural – Agua / Tierra / Otros

Elemento	Categoría	Subcategoría	Atractivo	Jurisdicción
Agua	Termas	Aguas Termales	Parque Termal Laguna Guatraché	Municipal
Descripción	<p>Desde 1995 está en funcionamiento el Parque Termal Laguna Guatraché, que se crea con el fin de optimizar el aprovechamiento de las propiedades curativas de la laguna. Sin embargo, los antecedentes registran que ya se hablaba de las cualidades terapéuticas de las aguas de la laguna en un pequeño folleto editado en 1917, donde se recomendaban las sales extraídas de la misma.</p> <p>En el Parque Termal de Guatraché se emplean las disciplinas de Hidroterapia, Masoterapia y Fango terapia. Sus aguas corresponden a la clasificación Hipotermal, extraídas de una surgente a 32°.</p> <p>Existe fango, producto de la mezcla de arcilla con aguas características y elementos biológicos, vegetales y animales, representados por hongos y bacterias.</p> <p>En la actualidad el parque termal, cuya jurisdicción es municipal, se encuentra concesionado a un privado.</p> <p>El complejo consta de diez habitaciones con baño privado, un restaurante para sesenta cubiertos, una clínica termal con bañeras para inmersión e hidromasaje –en cabinas privadas-, centro de fangoterapia, y dos piletas con agua termal, uno cubierto y calefaccionado.</p> <p>El predio del parque, declarado por ley provincial Área Natural Protegida, está inmerso en un paisaje de lomadas y depresiones característico de los valles del sudeste pampeano.</p>			
Ubicación	Dentro del predio del Parque Recreativo Samuel Novick a 11 km de la localidad de Guatraché.			
Medios de acceso	Por circunvalación, camino pavimentado, acceso por Ruta N°1. Se accede con vehículos particulares y taxis.			
Tipo de demanda	<p>El perfil de la demanda corresponde en su mayoría a personas mayores, cuyas edades oscilan entre 40 y 70 años, motivados principalmente a realizar tratamientos termales. Arriban en grupos reducidos en forma particular o viajes organizados. Las principales centros emisores son: Santa Rosa, Bahía Blanca y otras localidades aledañas de la Provincia de La Pampa y Provincia de Buenos Aires.</p> <p>El tiempo de permanencia varía de 2 a 5 días, acceden a la oferta vía Internet, mediante folletos turísticos o en la página Web de la localidad.</p>			
Oportunidades / Limitantes para la puesta en valor	<p>Las Termas constituyen uno de los principales atractivos naturales de base del destino con oportunidad para desarrollar productos turísticos competitivos que atraigan demanda nacional. En este sentido las nuevas tendencias de demanda turística, en busca de experiencias y productos orientados al Relax y Estética, constituyen una oportunidad para potenciar las cualidades de las Termas, diversificando los segmentos de demanda y reorientando la concepción de Turismo de Salud hacia Turismo Termal (Spa y Relax).</p> <p>Asimismo el marco natural en el que se encuentra enclavado el parque termal potencia la atractividad del mismo, otorgando la posibilidad de</p>			

	<p>realizar otro tipo de actividades y experiencias en contacto con la naturaleza. (Observación de fauna y flora, senderismo, entre otras).</p> <p>Respecto a las limitantes de este atractivo se puede mencionar la necesidad de mejorar las instalaciones y equipamiento del complejo, así como también fortalecer su imagen, línea de productos, comercialización y promoción, a fin de aumentar la competitividad de este producto.</p>
--	---

Elemento	Categoría	Subcategoría	Atractivo	Jurisdicción
Agua	Laguna	Espejo de agua	Laguna Guatraché	Municipal
Descripción	<p>La Laguna Guatraché constituye un importante cuerpo de agua salada de 5,8 km² de superficie a una altura de 16 metros sobre el nivel del mar. El valor de la laguna radica fundamentalmente en las cualidades terapéuticas de sus aguas. Estudios realizados por idóneos demuestran que su composición, fuertemente clorurada, sulfatada, cálcica, magnésica e hipermarina, le otorga propiedades curativas para reumatismos y enfermedades de la piel. Existe fango, producto de la mezcla de arcilla con aguas características y elementos biológicos, vegetales y animales representados por hongos y bacterias.</p> <p>Enclavada en un valle profundo y curvo, el relieve forma farallones (cerros), en este ambiente también encontramos flora y fauna autóctona.</p> <p>La laguna tiene un área de uso turístico recreativo denominada “Parque Recreativo Samuel Novick”. El predio de 5 hectáreas donde se ubica el Parque, fue donado por un privado al municipio de Guatraché.</p> <p>El predio tiene un área de camping dividido en sectores de carpa, casilla, trailers, cuenta con sanitarios, servicios de agua fría y caliente, duchas, mesas, parrillas, pista de baile y una amplia playa, con duchas al borde de la laguna, como así también en la parte de recreación canchas deportivas, luz eléctrica, proveeduría, restaurante, cantina, parque infantil y pileta de natación.</p>			
Ubicación	A 11 km de la localidad de Guatraché. Departamento Hucal.			
Medios de acceso	Por circunvalación, camino pavimentado, acceso por Ruta N°1. Se accede con vehículos particulares y taxis.			
Tipo de demanda	La principal demanda de este atractivo son recreacionistas de la localidad de Guatraché y otras localidades aledañas de la Provincia de La Pampa y Provincia de Buenos Aires. Los tipos de grupo corresponden a familias y grupos de amigos, motivados a realizar actividades recreativas en un medio natural. Asimismo dadas las propiedades curativas de sus aguas hay personas que arriban especialmente a realizan baños en la laguna.			
Oportunidades / Limitantes para la puesta en valor	<p>La Laguna Guatraché es uno de los principales atractivos de base para potenciar el desarrollo turístico del destino, en base a productos mercados orientados a atraer segmentos de demanda recreativa regional.</p> <p>En este sentido la posibilidad de poner en valor diversos recursos que la laguna y su entorno ofrecen, constituye una oportunidad para potenciar esta área recreativa integrando una oferta de experiencias para diversos tipos de segmentos de demanda.</p>			

	<p>Si bien el Parque Recreativo cuenta con equipamiento e instalaciones para facilitar su uso recreativo, es necesario reorganizar las áreas y potenciar y ofrecer nuevos productos, tales como: actividades náuticas, trekking interpretativo, observación de aves, acontecimientos programados, entre otros.</p> <p>Una de las principales limitantes es la estacionalidad de la demanda, dado que las actividades que se desarrollan en el parque son en temporada estival. Por lo cual es necesario generar nuevas alternativas que permitan disminuir dicha estacionalidad.</p>
--	--

Elemento	Categoría	Subcategoría	Atractivo	Jurisdicción
Otros	Sitios del patrimonio natural	Reserva de Flora y Fauna	Área Natural Protegida Laguna Guatraché	Municipal
Descripción	<p>La Laguna Guatraché y su entorno fue declarada por Ley provincial N° 1321 Área Natural Protegida, a fin de conservar las características de su cuerpo de agua y la biodiversidad existente en esta área natural.</p> <p>La Laguna está inmersa en un paisaje de lomadas y depresiones característico de los valles del sudeste pampeano. Se encuentra enclavada en un valle profundo y curvo, flanqueado por altos farallones en su lado Norte y con el marco del monte casi hasta su orilla, donde existe la posibilidad de encontrar restos arqueológicos, ya que el área es muy rica en relictos de este tipo.</p> <p>Asimismo esta área constituye un importante reservorio de avifauna. La zona Noroeste de la laguna se halla bordeada por tres cerros de aproximadamente veinte metros de altura; en ella desembocan varias corrientes de agua provenientes de los surgentes y del arroyo que atraviesa las tierras circundantes. Al Sudeste se forman bañados transitorios de agua dulce, lugar propicio para las comunidades de aves acuáticas de ambientes no salinos. La variación de las comunidades de aves se debe a la calidad del agua del lugar, habiendo una marcada diferencia entre las comunidades de agua de un surgente o de un bañado y de la laguna propiamente dicha. Según estudios en esta área se han llegado a identificar 118 especies correspondientes a 36 familias diferentes. Se pudieron registrar 28 especies acuáticas y 20 en la zona del monte. Se puede mencionar teniendo en cuenta la fauna en general del parque, especies como: flamencos, teros reales, cisnes de cuello negro, patos de distintas variedades, garzas, carpinteros, ñandúes, peludos, zorros, pumas y chanchos jabalíes, entre otras.</p> <p>Con respecto a la vegetación, conformada por monte bajo, el principal protagonista de estas tierras es el Caldén (árbol característico y representativo de la provincia), también chañares, jarillas, sombra de toro y demás.</p>			
Ubicación	A 11 km de la localidad de Guatraché. Departamento Hucal.			

<p>Medios de acceso</p>	<p>Por circunvalación, camino pavimentado, acceso por Ruta N°1. Se accede en vehículos particulares y taxis.</p>
<p>Tipo de demanda</p>	<p>La principal demanda de este atractivo son grupos de estudiantes primarios, secundarios y universitarios que realizan viajes de estudio motivados por el conocimiento de esta área natural y la riqueza de su biodiversidad. La estadía promedio es de uno o dos días. Mayormente la procedencia de estos grupos es Bahía Blanca, Santa Rosa, localidades del sur de la Pcia. de Buenos Aires y localidades aledañas de la Pcia. de La Pampa.</p> <p>Generalmente arriban a Guatraché, durante el ciclo lectivo (marzo – Noviembre) y realizan otras excursiones que son guiadas por Guías baquianos o informantes turísticos de la localidad.</p>
<p>Oportunidades / Limitantes para la puesta en valor</p>	<p>El Área Natural Protegida revaloriza y potencia la atraktividad del factor de base (la laguna y su entorno), atrayendo un nuevo perfil de demanda con motivaciones específicas relacionadas al conocimiento y la investigación de las áreas naturales.</p> <p>Actualmente se está trabajando con este segmento de visitantes ofreciendo excursiones guiadas a diversas instituciones educativas de la región, sin embargo se considera necesario redefinir la concepción y desarrollo de este producto a fin de ajustarlo a las necesidades y expectativas de la demanda. Por lo cual una de las líneas de producto para este atractivo de base, estaría constituido por el Turismo Educativo.</p> <p>Por su parte, el reservorio de flora y fauna existente en esta área natural, ofrece la posibilidad de desarrollar nuevos productos-mercados vinculados al Turismo de Naturaleza que responden a las nuevas tendencias de demanda recreativa y turística, donde los visitantes buscan experiencias significativas en contacto con la naturaleza. De este modo se pueden ofrecer potenciales productos como: Observación de aves, senderismo interpretativo y actividades de turismo aventura.</p> <p>Si bien este sitio fue declarado como Área Natural Protegida, existe un vacío legal en cuanto a la delimitación, definición de categoría de manejo y zonificación de usos, debido a la inexistencia de un Plan de Manejo del Área Protegida que regule e instrumente las actividades que pueden llevarse a cabo dentro del área. Por otro lado se observa la falta de concientización por parte de la población local dado que el área no es reconocida como área natural protegida, sino solo como lugar de esparcimiento y recreación.</p>

FACTOR: Patrimonio Cultural

Categoría	Subcategoría	Atractivo	Jurisdicción
Folklore	Grupos étnicos	Colonia Menonita	Municipal
Descripción	<p>Cerca de Guatraché, a unos 40 km., se estableció en 1986 una colonia menonita en unas 10.000 hectáreas de campo que compraron a la ex Estancia Remecó.</p> <p>Los primeros en llegar fueron los hombres y las maquinarias, para realizar el loteo interno de la tierra. Poco después fueron llegando sus familias. Sus expectativas están claras en el nombre de la colonia, bautizada Nueva Esperanza.</p> <p>Abiertos a las visitas, pero aferrados a sus tradiciones, los menonitas permiten asomarse a un mundo de otros tiempos.</p> <p>Los menonitas son un grupo religioso “anabaptista”, una variante surgida después de la reforma luterana y basada en los principios difundidos por el holandés Menno Simons. Los seguidores de estas creencias proclaman la obediencia a Cristo, la vida austera, la honradez y el valor del trabajo. Por lo tanto llevan una vida austera, sencilla, alejada de los más elementales signos de modernidad.</p> <p>Sus principales actividades son: tambo, quesería, carpintería, metalúrgica, comercio de ramos generales, confección de prendas de vestir, elaboración de conservas, construcción de carruajes, cría de animales de corral y cultivos propios de la huerta. La iglesia es el punto de reunión, donde profesan su religión. Los domingos están reservados para el descanso y las visitas dentro de la comunidad.</p> <p>Las fiestas y celebraciones son muy íntimas, quedan dentro de su sociedad y entorno. Los cultos se realizan en alemán, siendo este el idioma de la comunidad. Su dialecto es una mezcla de holandés y alemán, transmitido de generación en generación. Sin embargo actualmente algunos hombres y mujeres hablan castellano, principalmente por razones comerciales, también los más pequeños empiezan a recibir educación en castellano en la escuela, a la que asisten hasta los 12 años. La barrera idiomática funciona también como protección ante ese mundo moderno que inevitablemente hace alguna mella en su vida diaria.</p> <p>Según el último censo, de 2001, la colonia tiene 1.278 habitantes, repartidos sobre 10.000 hectáreas divididas en lo que ellos llaman “campo”. Estos campos están numerados del 1 al 9, y a su vez cada uno está dividido en parcelas desiguales, en función del dinero que puso cada familia cuando se compraron los terrenos de la estancia.</p>		
Ubicación	Sobre la ruta Prov. N° 3, a 35 Km. al oeste de la localidad de Guatraché. (Camino rural de ripio)		
Medios de acceso	Ruta Nac. N° 35, ruta Prov. N° 24 y N° 3. Se accede en vehículo particular y taxi.		
Tipo de demanda	Se pueden identificar dos segmentos de demanda en función a la		

	<p>motivación principal por la que visitan la colonia. El primer segmento de “visitantes comerciales” que arriban a la colina a fin de comprar los productos elaborados por los menonitas como quesos, muebles y metalurgia. Y otro segmento de “excursionistas” que visitan la colonia motivados por conocer la cultura y forma de vida de los menonitas. Este último grupo generalmente va acompañado por un guía local y le interesa interactuar con los menonitas para conocer sus costumbres y estilos de vida. En cuanto al tipo de grupos encontramos a contingentes de estudiantes y visitantes particulares. Los lugares de procedencia son variados, ya que hay muchos turistas de paso que visitan la colonia cómo así también personas provenientes de diferentes localidades de la Pcia. de La Pampa y Pcia. de Buenos Aires. También hay registro de demanda internacional.</p>
<p>Oportunidades / Limitantes para la puesta en valor</p>	<p>La excursión a la colonia menonita forma parte de la oferta actual recreativa de Guatraché, que comenzó a desarrollarse desde el año 1996. Las visitas se realizan de lunes a sábados con una duración de 4 a 5 hs. Existen 3 guías locales autorizados por la colonia para ingresar con visitantes.</p> <p>Este recurso cultural, es uno de los atractivos de mayor jerarquía en la oferta del destino y la región, teniendo una gran potencialidad de desarrollo.</p> <p>Sin embargo un aspecto clave a considerar es el acuerdo de parte de las familias menonitas implicadas en esta actividad, en continuar impulsando el desarrollo de actividades turísticas dentro de la colonia, estableciendo también bajo que modalidad y condiciones (cantidad de visitantes, tipos de grupos, tarifas, guías locales habilitados, entre otros).</p> <p>En este sentido se considera relevante continuar con la metodología de guiado utilizada, es decir con guías locales autorizados a ingresar, garantizando de esta manera una experiencia satisfactoria y autentica tanto para el visitante como para la comunidad receptora.</p> <p>La excursión ofrece una visita guiada por los lugares de producción de la colonia - quesería, tambo, metalurgia y carpintería - almacén de ramos generales, la iglesia, la escuela y actualmente una familia recibe a los turistas en su casa, ofreciendo el servicio de gastronomía típica (almuerzos y meriendas) y paseos en buggy.</p> <p>La potencialidad de este producto radica en la singularidad de este recurso de base, permitiendo desarrollar un atractivo producto asociado al Turismo Cultural y a experiencias vinculadas a la interacción con una comunidad que posee un estilo de vida y cultura diferentes.</p> <p>El desafío de fortalecer este producto consiste en ofrecer nuevas actividades y maneras de “vivir esta experiencia” donde el visitante sea participe de algunas de las actividades y costumbres del lugar. Así como también que otras familias se sumen a esta actividad ofreciendo alojamiento, gastronomía y actividades recreativas.</p> <p>El diseño y la puesta en valor de este factor, debe considerar su complementariedad con la oferta de servicios y actividades existentes en</p>

	<p>la localidad de Guatraché, a fin de posicionarlo como un producto complementario dentro de una oferta integrada.</p> <p>Una de las limitantes observadas para la puesta en valor del recurso es su accesibilidad, dado el mal estado y la falta de mantenimiento de los caminos de ripio de acceso a la colonia.</p>
--	---

Categoría	Subcategoría	Atractivo	Jurisdicción
Obras, lugares y elementos de la cultura	Obras religiosas	“Cristo de la Salud”	Municipal
Descripción	<p>Se trata de un camino de peregrinación con 20 estaciones de los Misterios del Rosario, 14 monumentos correspondientes al Vía Crucis con sus correspondientes imágenes en mayólicas y un altar con una cúpula que cobija al Cristo de La Salud.</p> <p>Las fiestas del patrono se organizan desde la Iglesia en el mes de septiembre.</p> <p>Es un espacio de misticismo, espiritualidad y fe, emplazado en un marco natural desde donde hay un atractivo punto panorámico de la Laguna Guatraché y su entorno natural.</p> <p>También cuenta con un espacio para picnic de uso diurno, sanitarios (en construcción) y bancos. Se puede visitar todo el año, solo o con guía.</p>		
Ubicación	Ubicado sobre la circunvalación que rodea la localidad, a 2.5 km del centro de la misma.		
Medios de acceso	Por circunvalación en vehículo particular, taxi y caminando.		
Tipo de demanda	<p>La mayor parte de los visitantes son los residentes de la localidad, dado que por la cercanía y características del lugar se convirtió en un espacio de esparcimiento y recreación, donde van a realizar caminatas, picnic, etc.</p> <p>Asimismo cuando se realizan acontecimientos programados por parte de la Parroquia local, asisten al lugar la comunidad católica de Guatraché.</p>		
Oportunidades / Limitantes para la puesta en valor	<p>Si bien este factor cultural actualmente está puesto en valor como complejo turístico religioso, la potencialidad del atractivo está dada por la posibilidad de generar diversos acontecimientos programados y actividades recreativas a lo largo del año, a fin de resignificar el espacio y lograr la apropiación del mismo por parte de la comunidad.</p> <p>Una de las posibilidades es generar una propuesta que integre Salud - Recreación y Espiritualidad.</p> <p>Por otro lado se considera relevante la refacción y restauración de las instalaciones existentes, como así también continuar con el proyecto de desarrollo a futuro, de las restantes etapas de su construcción. El proyecto contempla la posibilidad de ampliar e incorporar mayor número de atractivos y servicios básicos a los visitantes.</p>		

4.2. LOS SISTEMAS DE APOYO

Los sistemas de apoyo tienen como objetivo principal facilitar el desplazamiento y la estadía en el destino, garantizando el bienestar del turista.

Tal y como muestra el esquema del modelo FAS en la Figura N° 3, los sistemas de apoyo se pueden dividir en:

Figura N° 3: Sistemas de Apoyo



A continuación, se describen los elementos más relevantes de los sistemas de apoyo (medios de transporte y comunicaciones, hospitalidad y servicios complementarios) del destino turístico Guatraché.

● HOSPITALIDAD

Alojamiento:

La oferta de alojamiento actual de Guatraché esta compuesta por alojamiento hotelero y extrahotelero. Como se observa en el siguiente cuadro, la mayoría de las plazas corresponden a alojamiento extrahotelero principalmente al Camping que se localiza en el Parque Recreativo Samuel Novick, cuya oferta esta limitada a la temporada estival, y al Albergue Municipal, que únicamente se ofrece a contingentes de estudiantes y jubilados,

exceptuando los días que la oferta formal de alojamiento está saturada, situación en la que puede ser ofrecido a visitantes particulares. En este sentido es importante mencionar la escasa oferta hotelera en la localidad que suma un total de 99 plazas.

Los principales segmentos de demanda de estos hoteles y residenciales corresponden a viajantes comerciales y hombres de negocio que pernoctan en la localidad los días de semana. Esto se debe a que Guatraché es la localidad que absorbe la mayoría del movimiento comercial de la zona sudeste y actúa como nodo con respecto a las localidades vecinas.

Tipo de Alojamiento	Establecimiento	Cantidad de Habitaciones	Cantidad de Plazas
Residencial	La Chacra	16	22
Hotel	La Querencia	14	26
Motel	Complejo Punta Sur	9	26
Complejo Termal	Las Termas	10	25
Subtotal Alojamiento Hotelero			99
Albergue	Albergue Municipal	-	80
Camping	Laguna Guatraché	125 unidades de acampe	500
Estancia Turística	La Julia	3	10
Subtotal Alojamiento Extrahotelero			590

Si bien no se cuenta con datos estadísticos cuantitativos sistematizados del destino, desde la temporada estival 2009-2010 la Dirección de Turismo Municipal comenzó a realizar los registros del nivel de ocupación. Los cuales indican que en enero de 2010 el alojamiento hotelero registró una ocupación entre el 20 y 50%. Por su parte el Complejo termal tuvo una ocupación del 60% y el camping el mayor nivel, con el 90% de unidades de acampe ocupadas.

Gastronomía:

La oferta gastronómica de Guatraché ofrece distintas opciones de comidas típicas, principalmente asado, y restaurantes, pizzerías y confiterías que ofrecen platos variados y comidas rápidas.

TIPO DE SERVICIO	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
Parrilla	El Cacho	Zeballos 1117
Restaurante - Parrilla	La Querencia	Zeballos 563
Restaurante	Los Caldenes	Parque Termal
Parrilla	Parrilla Punta Sur	Acceso Oeste Guatraché
Confitería	Club Atlético Huracán	Zeballos 40
Resto - Bar	Nacho Latino	9 de Julio
Pizzería - Confitería	La Lola	Zeballos y San Luis
Pub	Chicano Pub	Avda. Colón
Rotisería	Listo El Pollo	Pringles y Dorrego
Rotisería	Yeyma	Zeballos 327
Rotisería	Avenida	Zeballos y 1 Junta

Sin embargo es necesario optimizar la calidad de los servicios gastronómicos, y potenciar la oferta de este servicio, revalorizando la gastronomía regional y brindando un servicio acorde a las necesidades de los turistas.

Esparcimiento

Guatraché ofrece distintos lugares de esparcimiento y recreación tanto para turistas como residentes, como clubes, discotecas, pubs, así como sitios de interés histórico y cultural que son puestos en valor para su disfrute como museos y salas de exposición.

También cuenta con guías turísticos locales que ofrecen visitas guiadas a distintos atractivos y circuitos de la localidad, y recientemente se instaló una empresa de viajes receptiva que ofrece diferentes productos vinculados a la colonia Menonita, las Termas y actividades de aventura en el Parque Recreativo.

TIPO	ESTABLECIMIENTO / PRESTADOR
Guías locales	Huella - Turismo Y Aventura Claudia Eberle Ana Lía Di Meo
Deportivo	Clubes Deportivos: Club Atlético Huracán Club Atlético Pampero Centro de Educación Física (CEFI)
Diversión	Latino Disco Nacho Pub Chicano Pub Cine Club Atlético Pampero
Cultural	Museo Histórico Museo Mecánico Museo Estación de Ferrocarril
Educativo	Escuela Agrotécnica

● MEDIOS DE TRANSPORTE Y COMUNICACIONES

En cuanto a los medios de transporte y comunicaciones Guatraché cuenta con una terminal de ómnibus, que fue recientemente inaugurada, donde distintas empresas de transporte terrestre operan con servicios a los principales centros urbanos de la Provincia de La Pampa y Buenos Aires. Asimismo es posible arribar por vía aérea a las ciudades de Santa Rosa y Bahía Blanca.

Categoría	Subcategoría	Nombre	Localidades	Observaciones
TRANSPORTE TERRESTRE	Red de carreteras de interés turístico	- Ruta Provincial Nº 1	Santa Rosa, Reserva Provincial Parque Luro, Macachín, General Campos, Colonia Menonita, Guatraché.	
		- Ruta Nacional Nº 35	Bahia Blanca, Villa Iris, J. Arauz, General San Martín, Guatraché, Padre Buodo/General Acha.	

Categoría	Subcategoría	Nombre	Localidades	Observaciones	
	Terminales de ómnibus	Guatraché Macachín (a 72 km.) Gral. San Martín (a 41 km.) Darregueira - Pcia. Bs. As. (a 37 km) Santa Rosa (a 182 km.) Bahía Blanca - Pcia. Bs. As. (a 190 km)			
	Servicio de transporte público larga distancia	Empresa Dumas	Recorrido: Guatraché – Santa Rosa		
		Empresa Andesmar	Recorrido: Santa Rosa – Guatraché – Bahía Blanca (e intermedias)		
		Empresa Chevallier	Recorrido: Guatraché – Capital Federal (e intermedias)		
	Servicio de transporte privado puerta a puerta	Pampa Bus	Recorrido: a SANTA ROSA		
		Ariber Tour	Recorrido: a BAHIA BLANCA		
	Servicio de taxis	Taxi Pampa Taxi Justo El Tino Alicia Elvia Mary El Negro			
	Agencias de alquiler de autos	En Santa Rosa: Travel Rent a car, Renta Auto SRL, H & C En Bahía Blanca: Dietrich Ren a Car, Travel Rent a car, Locar Rent a car, Localiza Rent a car, Burchet Rent a car, Bahía Rent a car, Avis, Autos AT.			
	TRANSPORTE AEREO	Aeropuerto	Aeropuerto Santa Rosa	Santa Rosa - Ruta 35, Km. 330	Se encuentra a 185 km de Guatraché
			Aeropuerto Cte. Espora. Bahía Blanca	Bahía Blanca	Se encuentra a 190 Km. de Guatraché
Líneas Aéreas		AEROLÍNEAS ARGENTINAS	Santa Rosa / Buenos Aires	Horarios y frecuencias: Lunes y Viernes. Sale 16.06 hs. Llega 17.11 hs.	
			Buenos Aires / Santa Rosa	Horarios y frecuencias: Lunes y Viernes. Sale 12.15 hs Llega 15.36 hs.	

Categoría	Subcategoría	Nombre	Localidades	Observaciones
		SOL LÍNEAS AEREAS	Santa Rosa / Buenos Aires	Horarios y Frecuencia Martes - Miércoles - Jueves Sale de Santa Rosa a las 13.20 hs y llega a Buenos Aires a las 14.50 hs.
			Buenos Aires / Santa Rosa	Horarios y Frecuencia Martes - Miércoles - Jueves Sale de Buenos Aires a las 11.30 hs. y llega a Santa Rosa a las 13:00 hs.

● SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Los servicios complementarios contribuyen a mejorar la experiencia del turista en el destino. El turista exige, cada vez más, mayores y mejores prestaciones para que su estadía sea lo más agradable posible. Algunos aspectos que fortalecen la gestión de los destinos es contar con servicios de salud, seguridad, bancos, entre otros. A continuación se mencionan aquellos servicios complementarios más relevantes de Guatraché.

Categoría	Subcategoría	Establecimiento
Salud	Establecimientos de salud	Hospital Municipal Dr. Manuel Freire.
	Farmacias	Cuenta con 3 farmacias
Seguridad	Servicios de emergencia	Policía Bomberos
Otros servicios turísticos	Unidades de Información Turística	Oficina de Informes Turísticos ubicada en la Estación Ferrocarril
	Bancarios	Banco de La Pampa Banco Nación
	Comunicación	4 locutorios con servicio de

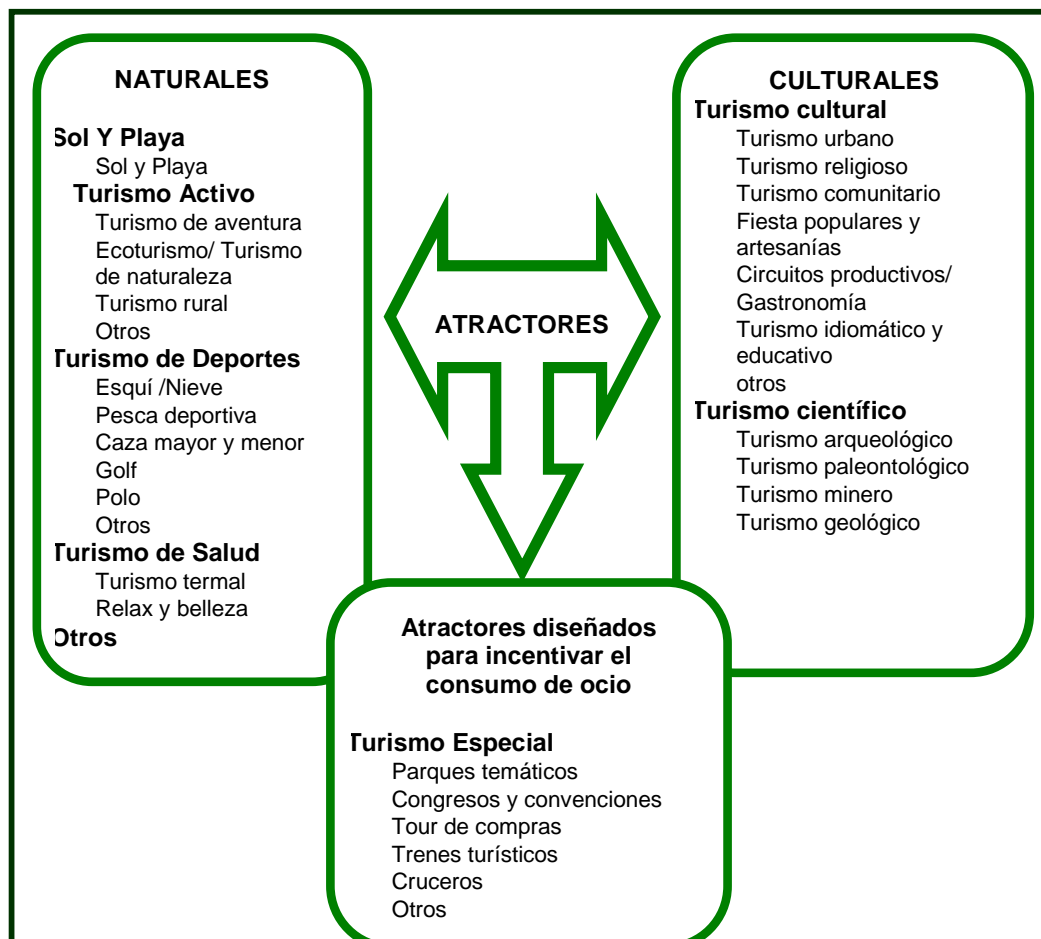
Categoría	Subcategoría	Establecimiento
		Internet. Correo Argentino , Oca Postal, Andreani
	Comercios	Comercios de venta de artículos regionales y Venta de cremas terapéuticas y de belleza
	Automotor	Talleres mecánicos, gomerías, 2 estaciones de servicio.
Medios de comunicación	Medios radiales	90.9 FM Del Pueblo 100.7 FM Sonidos
	Medios televisivos	Red Difusora Canal 10 de Guatraché
	Medios gráficos	Diario La Arena – Santa Rosa El Diario – Santa Rosa Diario La Reforma – Gral Pico.
	Portales turísticos en Internet	www.guatrache.gov.ar www.turismolapampa.gov.ar
Sanidad	Red de agua	Potable
	Red de desagües	Cisterna
Energía	Red eléctrica	Tendido de alumbrado público y domiciliario.
Gas	Gas natural	

4.3. LOS ATRACTORES

Los **atractores- productos turísticos**, son aquellos elementos del patrimonio natural o cultural de un destino turístico que han sido puestos en valor, mediante la aplicación de factores humanos y de capital y que se encuentran actualmente en el mercado. Constituyen individualmente o con otros elementos del destino, productos turísticos que en este momento motivan desplazamientos de turistas o recreacionistas para su conocimiento, experimentación y visita.

Es decir que los **atractores**, son aquellos que surgen de la existencia y/o posibilidad de desarrollo de productos. Son las variables que se conforman como atracción turística del destino y cuya importancia o peso depende del tipo de destino de que se trate. Tal como lo indica la figura N° 4 los atractores se pueden dividir en atractores naturales, culturales y aquellos creados exclusivamente como productos para atraer al usuario.

Figura N° 4: Atractores –Productos Turísticos



En función al análisis de los factores naturales y culturales y los sistemas de soporte que integran la oferta turística de Guatraché, a continuación se presenta una evaluación preliminar de los actuales y potenciales Productos Turísticos del destino.

● ATRACTORES NATURALES:

TURISMO RURAL:

El perfil de Guatraché tiene una intensa asociación con el medio y la vida rural, ofreciendo la posibilidad de poner en valor recursos genuinos de la localidad mediante el desarrollo de Turismo Rural ofreciendo un producto competitivo a nivel regional y nacional.

El **Turismo Rural** es la actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades, o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño, cuya motivación principal la constituye el contacto del “viajero” con el entorno rural, con el campo, con lo autóctono y lo tradicional y por la hospitalidad del campesino, en un desarrollo económico sostenible.

Esta modalidad de turismo constituye un conjunto de actividades que se desarrollan en dicho entorno, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse para los habitantes del medio en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.

Argentina y particularmente la región pampeana, se caracteriza por sus extensas regiones dedicadas a la producción rural. Las características ambientales y culturales del agro, la existencia de numerosos mitos, el misterio y las fantasías de aventura asociadas al área rural, generan condiciones propicias para la explotación comercial, en un mercado que crecientemente demanda este tipo de productos.

Actualmente en Guatraché el único establecimiento de turismo rural de la localidad es Estancia La Julia que ofrece: alojamiento, gastronomía típica, cabalgatas y actividades de agroturismo. Sin embargo se viene trabajando en el marco del Proyecto Cambio Rural del INTA, en el desarrollo de un Grupo de Turismo Rural del Sureste de La Pampa, donde se están integrando nuevos establecimientos rurales de Guatraché interesados en desarrollar actividades turísticas.

Este producto es considerado prioritario para Guatraché ya que permite complementar la actividad económica y social de la localidad mediante la puesta en valor de un recurso genuino y propio que integra su historia y modo de vida y que permite asociar el perfil rural de la localidad al desarrollo turístico del destino. El desafío es integrar una red de emprendimientos de turismo rural que ofrezcan distintas alternativas complementarias al turista.

El diseño y puesta en valor de este producto mercado debe integrar: alojamiento, gastronomía típica, acontecimientos programados, actividades rurales con la participación activa del turista, artesanías, entre otras.

MERCADO: actual y potencial

TURISMO DE NATURALEZA

El Turismo de Naturaleza es aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y / o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y de riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos.

Guatraché cuenta con factores naturales que permiten desarrollar diferentes actividades turísticas y recreativas en la naturaleza.

Este producto turístico tiene como base el recurso Laguna Guatraché y Área Natural Protegida, donde se pueden realizar salidas o excursiones de observación de aves, flora, safaris fotográficos, senderismo, actividades náuticas, entre otras.

Sin embargo la oferta actual de este producto debe diversificarse y potenciarse para integrar diferentes alternativas de turismo activo en la naturaleza, no solo en temporada estival sino con propuestas en el resto del año.

Para ello es necesario la formación de guías locales que permitan desarrollar distintas opciones y la incorporación de agencias de viajes receptoras que comercialicen los productos en los distintos mercados.

MERCADO: actual y potencial

TURISMO TERMAL

El Turismo Termal es uno de los principales productos turísticos de Guatraché. El "Parque Termal Laguna Guatraché" donde se ofrece este producto, cuenta con los siguientes servicios: alojamiento, gastronomía, baños de inmersión individuales, baños de hidromasajes, baños termales grupales, aplicación de fango general, aplicación de fango local y masajes.

Sin embargo históricamente las termas de Guatraché han sido asociadas a la práctica del Turismo Salud como complemento de la medicina y como forma de turismo alternativo.

Las oportunidades que ofrece este recurso y las nuevas tendencias del mercado, ponen de manifiesto la necesidad de reposicionar este producto integrando una oferta atractiva que permitan apuntar no solo al segmento de curistas, asociando a la necesidad de "aliviar dolencias", sino incluyendo al bienestar en la edad productiva de todo individuo, que busca satisfacer necesidades de relax y estética.

Por lo cual, este producto debe necesariamente adaptarse a las nuevas tendencias del mercado, ofreciendo un concepto de turismo termal que permita captar nuevos segmentos de demanda potencial y ofrecer condiciones competitivas.

MERCADO: actual y potencial

TURISMO DE CAZA – CINEGÉTICO

Uno de los productos mas posicionados en la provincia de La Pampa es la caza deportiva.

El turismo cinegético es la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos o áreas, donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre en su entorno natural. Hace uso de servicios logísticos y turísticos para la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre.

Guatraché ofrece condiciones para el desarrollo de este producto turístico que dada sus características permitirá atraer segmentos de mercado internacional, nacional y regional.

La comercialización responsable de este producto en base a principios conservacionistas y el uso sustentable de la fauna silvestre, mediante un plan de manejo y un marco legal, permite ofrecer múltiples especies para la caza mayor como, ciervos colorados, jabalíes, pumas y otras especies como búfalo y antílope, que solos son autorizados en cotos, a través de un plan de manejo y de caza. Asimismo los amantes de la caza menor encuentran, liebres, palomas, cotorras, entre otras.

Si bien este producto generalmente se ofrece en cotos de caza, se deben desarrollar propuestas para ofrecer la actividad en campos registrados y con guías locales, a fin de generar efectos multiplicadores en la localidad.

MERCADO: actual y potencial

TURISMO AVENTURA

El medio natural y rural en que esta inmersa la localidad permite ofrecer diversas alternativas para actividades de turismo aventura.

El turismo de aventura es definido como un *“viaje o excursión con el propósito específico de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre”*. (Sung, et al. ,1997).

Entre las actividades de turismo aventura que se pueden ofrecer en Guatraché se identifican: Cabalgatas, Trekking, Mountain bike, Canotaje, entre otras.

Las actividades de aventura se pueden realizar tanto en el Área del Parque Recreativo Samuel Novick como en las áreas circundantes de la laguna y en establecimientos de turismo rural.

Actualmente una empresa local de turismo esta ofreciendo distintas opciones para realizar actividades de este tipo. La reciente incorporación de este emprendimiento es una fortaleza para la localidad, ya que añade valor a la cadena de destino.

MERCADO: actual y potencial

● ATRACTORES CULTURALES

TURISMO ÉTNICO

Para hablar de turismo étnico empezáramos a definir etnia como un grupo sociocultural que se diferencia de otro por una determinada cosmogonía, un sistema de valores, una relativa unidad territorial, una tradición mística o histórica.

La presencia de la Colonia Menonita en la zona rural de Guatraché ofrece la posibilidad de desarrollar un producto turístico singular, que presenta una demanda en crecimiento.

La cultura, ritos y costumbres de esta comunidad despiertan el interés de distintos tipos de visitantes que buscan conocer su modo de vida.

Guatraché es conocido en distintos mercados nacionales, por la presencia de esta comunidad, que poco a poco ha abierto sus puertas al turismo, permitiendo realizar excursiones guiadas por la colonia y actualmente algunas familias reciben a turistas en su hogar ofreciendo gastronomía y artesanías.

Dada la atractividad de este producto se considera prioritario fortalecerlo mediante la puesta en valor del recurso, donde la comunidad de Guatraché pueda utilizar este atractivo de base, para captar segmentos de demanda y ofrecerle otros servicios alternativos durante su estadía.

Para ello es fundamental mejorar los caminos de acceso, capacitar a guías locales y optimizar la oferta de servicios turísticos en la localidad.

MERCADO: actual y potencial

FIESTAS POPULARES

Guatraché cuenta con una interesante agenda de fiestas populares y eventos programados que integran una oferta de recreación atractiva para demanda regional y residentes de la localidad.

Entre las fiestas que se celebran se destacan: Fiesta Provincial del Turismo, Fiesta Provincial de la Tierra del Caldén, Fiesta Aniversario del pueblo y la Fiesta religiosa de Santa Cecilia. Asimismo los acontecimientos programados de doma, destrezas criollas, cabalgatas y folclore que organiza el Centro Tradicionalista local junto con el municipio resultan muy atractivos para distintos tipos de segmento de demanda de la Provincia de La Pampa y Buenos Aires.

Este producto ofrece la posibilidad de disminuir la estacionalidad de la demanda y poder generar durante el año una programación de eventos y fiestas que generan impactos directos en la economía local.

MERCADO: actual y potencial.

CIRCUITOS HISTÓRICOS

Como producto complementario de la oferta turística de Guatraché, se pone en valor la rica historia de la localidad a través de su patrimonio cultural integrado por diversos sitios y edificios históricos, que permiten diseñar un interesante circuito que recorre y cuenta la centenaria historia de la localidad y su gente.

La mayoría de los edificios y sitios históricos están en excelente estado de conservación, muchos de ellos han sido restaurados y puestos en valor como la antigua estación de ferrocarril, donde actualmente funciona la oficina de turismo, con un museo de sitio y una sala de exposiciones.

Este circuito integra los siguientes factores culturales: Iglesia Católica San Francisco Javier, Iglesia Luterana, Estación Ferrocarril, Oficina Land Company, Juzgado De Paz, Correo Postal, Villa Rosa-Beba-Mary, Escuela Nacional, Antigua Comisaría (Actual Museo Histórico), Casa Novick-Insausti, Villa Pascuala, Antigua Municipalidad., Antiguo Colegio Salesiano, Antigua Sociedad Italiana, Antigua Sociedad Española, El Imparcial, Casa Rocco. Muchos de estos edificios son verdaderos referentes urbanos, donde se manifiesta la arquitectura industrial, ferroviaria, así como la arquitectura popular.

El circuito actualmente es guiado por informantes turísticos del municipio para contingentes de estudiantes y grupos de turistas particulares.

MERCADO: actual y potencial

CIRCUITOS PRODUCTIVOS

Otro de los productos complementarios que permiten potenciar la oferta turística y recreativa local es el circuito productivo, que recorre diferentes establecimientos productivos que aportan con su actividad al desarrollo local y regional.

En el recorrido se destacan el tambo, el tostadero y productos de copetín, la extracción de sulfato de sodio, establecimientos apícolas, sala de extracción de miel y la Escuela Agrotécnica Guatraché.

Actualmente el municipio local ofrece visitas guiadas a grupos de estudiantes y distintos contingentes.

Es un producto con potencial para el turismo educativo y para ofrecer la posibilidad a otras personas que les atrae las actividades productivas características de la zona. El diseño del producto debe integrar no solo la experiencia de aprendizaje sino la participación activa del visitante en alguna actividad que pueda agregar valor al producto.

MERCADO: actual y potencial.

TURISMO EDUCATIVO

El turismo educativo es una modalidad que cada año suma más adeptos, ya que le permite a los alumnos salir del aula y conocer lugares que se vinculan con los temas estudiados en las áreas pedagógicas de Ciencias Naturales, Ciencias Sociales y Tecnología. En los últimos 15 años se triplicó el número de colegios privados y estatales que se sumaron a este tipo de viajes en el país.

En este contexto Guatraché ofrece una oferta atractiva a este segmento de demanda y recibe año tras año diversos contingentes de estudiantes de escuelas primarias de La Provincia de La Pampa y Sudoeste bonaerense, así como estudiantes de universidades y terciarios de educación superior.

La existencia de recursos naturales de relevancia, como la Laguna y las Termas, así como la Colonia Menonita, y su riqueza cultural y productiva permite ofrecer un producto muy atractivo para este segmento.

Además el municipio local ofrece el Albergue Municipal para alojar a un costo accesible hasta 80 personas con todo el equipamiento y comodidades.

Es un producto actual interesante para trabajar en temporada baja, que además permite promocionar y hacer conocer el destino, actuando como “gancho” para captar a otros segmentos de demanda regional y nacional.

MERCADO: actual y potencial

Consideraciones acerca del Turismo Activo y las nuevas tendencias del mercado turístico

El Turismo, como elemento impulsor y motor de la economía de nuestra sociedad, está demandando una alternativa real, a las formas tradicionales de los modelos turísticos existentes, alejados del “sol y playa”, tratan de dar respuesta a una incipiente demanda emergente de **Turismo Activo**, que se nos presenta y oferta de varias formas, modalidades o tendencias y con varios conceptos: **turismo alternativo, turismo verde, turismo rural, turismo ecológico o ecoturismo, turismo deportivo, turismo de aventuras, etnoturismo, turismo de nieve, turismo de naturaleza, geoturismo**, que en cualesquiera de sus formas todas llevan elementos activos y comprometedores de los sujetos participantes y requieren de una dinamización con alicientes físico-recreativos.

La demanda turística, está teniendo en las últimas décadas importantes transformaciones y cambios muy significativos, tanto en la amplia

diversificación de los destinos ofertados y demandados, como en las formas, modelos, tendencias, maneras, actividades y estilos de viajar.

La experiencia de la población en materia de viajes, el conocimiento de muchas zonas y destinos, la imposición de los nuevos estilos y valores de calidad de vida y del bienestar social, así como de los grandes cambios sociales y estructurales, económicos-políticos, educativos, la aplicación de las nuevas tecnologías “online” en la promoción y comercialización de los distintos productos y destinos turísticos, así como de los grandes cambios e influencias de medios de comunicación social y medios de transportación, han hecho que el actual *viajero o turista* tenga cierta madurez, mayor formación-información, actitud crítica y criterios propios. El turista de hoy es más exigente, tiene una predisposición psicológica muy abierta y de compromiso activo y participativo en diversas actividades y precisa de una mayor calidad y variedad en los servicios, así como demanda una participación más activa y personalizada e integradora en los programas vacacionales, totalmente diferentes y en contraposición de los comportamientos y actitudes “pasivas” del turismo tradicional y estandarizada de décadas anteriores.

La oferta y la demanda turística va evolucionando en los últimos años, con modelos, tendencias y actividades que permitan una mayor participación activa y comprometida de los viajeros, así como por una oferta que garantice la calidad y excelencia de los distintos servicios turísticos, con el fin de impulsar un mayor nivel de fidelización hacia los destinos y operadores turísticos.

El modo de vida de la población actual, de las grandes ciudades, con una problemática muy específica de masificación, polución, tipología de viviendas, formas y modos de trabajo, etc., provoca que se haya producido un impacto de vida muy sedentaria de la población, así como el exceso de la robotización / automatización y mecanización de los diversos medios de producción, esto provoca que los ciudadanos deseen disponer de una mayor cantidad y calidad de tiempo libre y de ocio para poder disfrutar en libertad, para liberarse, así como poder disponer de un tiempo a la misma vez de descanso y de actividad, para el desarrollo de hábitos saludables, con un marcado carácter lúdico y recreativo, donde se pueda reencontrar consigo mismo, y pueda disfrutar de su propia interioridad y con los demás.

A la misma vez que se ha estado desarrollando la demanda, está existiendo en el mercado turístico, una importante oferta de empresas y operadores turísticos especializados, que desarrollan novedosos programas compuestos de variadas y atractivas actividades físico-deportivas-recreativas y de esparcimiento en espacios y territorios de gran belleza natural y paisajística, conjuntamente con cuidados y exquisitos alojamientos y atendidos por personal altamente especializado y cualificado, que garantizan una amplia gama de servicios complementarios a los viajeros mas exigentes y expertos.

En la actualidad, se vislumbra una demanda emergente de nuevas tendencias turísticas enfocadas hacia la preservación del patrimonio tangible e intangible de los destinos, el desarrollo de habilidades y destrezas físico-deportivas, el conocimiento de nueva gente, establecimiento de nuevos estilos de vida, búsqueda de destinos exóticos y desconocidos, la búsqueda de alto grado de emocionalidad, el contacto con el medio ambiente natural y salvaje, el respeto al medio ambiente natural, la defensa del desarrollo sostenible. Este tipo de turismo, alejado del tradicional turismo de masas, de “sol y playa”, requiere de una planificación, gestión, comercialización, promoción y un tratamiento más personalizado y de una especialización muy rigurosa por parte del personal altamente cualificado.

Existe actualmente, una amplia gama de utilización de términos y de nombres para determinar nuevas modalidades o tendencias turísticas emergentes, con una variedad y diversidad motivacional y de atractivos muy definidos se denomina *Turismo Activo*, pero que presenta un amplio abanico y pluralidad de formas temáticas, modalidades, tendencias, denominaciones conceptuales, según sus objetivos y actividades propias, que van cambiando e innovando continuamente, la mayoría de ellas se desarrollan y utilizan escenarios en espacios naturales, en plena naturaleza y los viajeros mantienen una interacción con los recursos tangibles e intangibles y con la población local existente en el destino.

En este contexto resulta estratégico para la gestión turística del destino diseñar productos que den respuesta a los beneficios buscados por los distintos segmentos de mercado, desarrollando y adaptando la oferta turística a sus necesidades. En este sentido Guatraché ofrece condiciones competitivas que dan respuesta a los beneficios buscados por el turista actual, que busca contacto con un ambiente natural, tranquilidad, seguridad y relax. Sin embargo para poder posicionarse como un destino competitivo, debe necesariamente estructurar su oferta de productos bajo esta nueva concepción de turismo, que le permita generar experiencias significativas a diferentes segmentos de mercado, mediante la comercialización de productos turísticos innovadores y competitivos.

5. ANALISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL

Dado que no existen datos estadísticos de demanda histórica de la localidad de Guatraché se toman como referencia los datos cuantitativos y cualitativos que registra la Subsecretaría de Turismo respecto a la demanda turística en la Provincia de La Pampa.

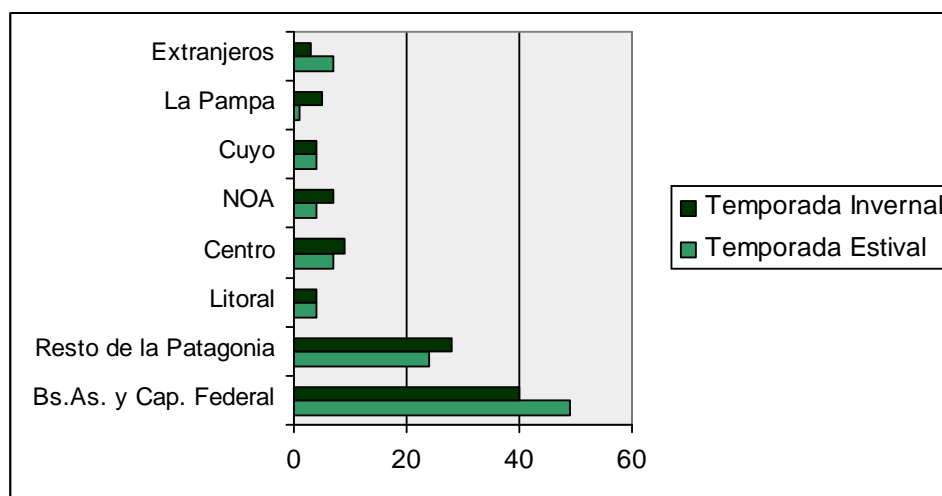
Características de la demanda turística en la Provincia de La Pampa

La demanda turística que arriba a la Provincia de La Pampa proviene principalmente de Buenos Aires y Capital Federal y en segundo lugar del resto de las provincias patagónicas, tal como se indica en el gráfico N° 1.

La estadía promedio en los destinos pampeanos oscila entre 1.54 y 1.75 días, (datos correspondientes a los años 2008 y 2009), indicador que señala que la estadía media no supera los dos días de pernocte.

Los principales motivos de viaje hacen referencia a Turismo (72%) y Trabajo (27%); y los medios de transporte más utilizados son automóvil (91%), ómnibus (8%) y avión (1%), de acuerdo a los datos recavados por la Subsecretaría de la Provincia de La Pampa en la temporada invernal 2008, datos que no presentan importantes variaciones para la temporada estival 2009.

Gráfico N° 1: Lugar de procedencia según temporada. Año 2008



Fuente: Subsecretaría de Turismo de La Pampa.

En cuanto a la evolución de la demanda en la Provincia se puede observar una demanda en crecimiento que ha experimentado un aumento progresivo desde el año 2000 al año 2008, tal como se observa en el cuadro N° 3. A partir de datos recavados en los alojamientos hoteleros de la provincia se registran en temporada invernal, un incremento de 12.305 (año 2000) a 17.890 (año 2008) de personas alojadas. En tanto que en temporada estival se observa un significativo aumento representado por 24.940 (año 2000) a 40.417 (año 2008), correspondiente a personas alojadas en establecimientos hoteleros. Estos datos reflejan un crecimiento acumulado del 61% en temporada estival y de 45% en temporada invernal.

Asimismo este comportamiento de la demanda se corresponde con el aumento progresivo de los niveles de ocupación de la oferta de alojamiento de la Provincia, que se incrementa del 52% (año 2000) al 77% (año 2008) en la temporada invernal y de un 45% (año 2000) al 70 % (año 2008) en la temporada estival, tal como se indica en el gráfico N° 2.

Cuadro N° 3: Evolución de la Demanda de la Provincia de La Pampa. Año 2000-2008.

Año	Alojados ¹		Estadia Media ²		Ocupación ³		Pernoctes ⁴	
	Temporada Invernal	Temporada Estival	Temporada Invernal %	Temporada Estival %	Temporada Invernal %	Temporada Estival %	Temporada Invernal	Temporada Estival
2000	12.305	24.940	1,25	1,34	52,00	45,00	15.381	33.420
2001	8.117	23.194	1,31	1,31	37,00	42,00	10.633	30.384
2002	9.840	16.688	1,24	1,32	40,00	31,00	12.202	22.028
2003	11.969	22.640	1,26	1,45	49,00	43,00	15.081	32.828
2004	12.282	27.123	1,45	1,57	53,00	51,00	17.809	42.583
2005	14.298	31.523	1,36	1,52	56,00	58,00	19.446	47.914
2006	13.907	35.956	1,54	1,51	61,00	60,00	21.418	54.294
2007	13.475	41.917	1,64	1,81	63,71	81,00	22.100	75.871
2008	17.890	40.147	1,66	1,73	77,00	70,12	29.698	69.923

¹ Cantidad de personas que ingresaron a los establecimientos hoteleros.

² Cantidad de días promedio de camas efectivamente ocupadas(pernoctes) respecto de las personas alojadas

³ Porcentaje de ocupación respecto al total de la oferta hotelera.

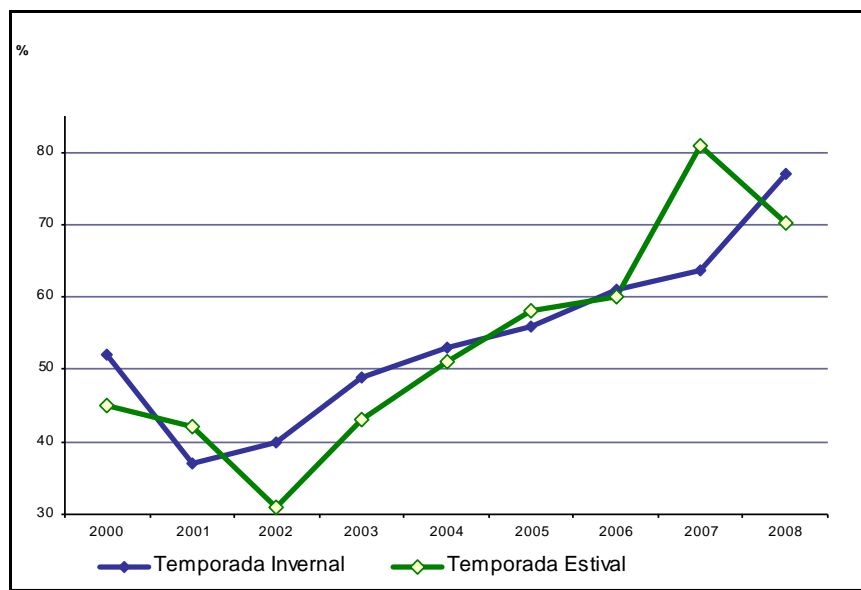
⁴ Cantidad de camas efectivamente ocupadas.

Temporada Invernal: Comprende el período de receso escolar correspondiente.

Temporada Estival: Comprende los meses de Enero y Febrero.

Fuente: Subsecretaría de Turismo de La Pampa

Gráfico N° 2: Evolución del Nivel de Ocupación. Año 2000-2008



Fuente: Subsecretaría de Turismo de La Pampa

Sin embargo, se observa que a pesar que la cantidad de arribos y pernóctes aumentan, y se corresponden con un incremento progresivo de los niveles de ocupación, la estadía promedio en los destinos de La Pampa continua constante, no superando los 2 días de pernócte.

En este sentido se puede inferir que el comportamiento de la demanda en cuanto a su estadía en la provincia se asocia a los turistas de paso, que hacen escala en los destinos pampeanos y continúan viaje a otros destinos patagónicos del país, siendo actualmente uno de los principales desafíos y objetivos de la gestión turística de La Pampa aumentar la estadía de los turistas en los destinos de la Provincia, con el desarrollo de una oferta turística competitiva e integrada.

Perfil de la demanda turística de Guatraché

En cuanto a las características y comportamiento de los turistas que arriban a la localidad de Guatraché, tal como se señaló anteriormente, aún no se cuenta con datos históricos de demanda. Sin embargo a partir de la temporada estival 2010, el organismo municipal de turismo ha comenzado a

implementar encuestas a los turistas que ingresan a la oficina de turismo local así como también se ha comenzado a recabar datos de ocupación de los establecimientos hoteleros y extrahoteleros de la localidad.

Estos datos indican que en enero de 2010 el alojamiento hotelero de Guatraché registró una ocupación entre el 20 y 50%, de las 99 plazas habilitadas. En tanto que el Parque Termal registró un 60% de ocupación y el camping municipal del Parque Recreativo el mayor nivel, con el 90% de unidades de acampe ocupadas. En el mes de febrero los niveles de ocupación disminuyeron considerablemente, con un promedio del 20% aproximadamente.

En cuanto al perfil de los visitantes de la localidad, a partir de las entrevistas realizadas a informantes claves y prestadores de servicios turísticos, a continuación se presentan las principales características de la demanda turística actual de Guatraché:

- ✓ En Guatraché, al igual que la demanda de la Provincia de la Pampa, la mayoría de los visitantes provienen de Capital Federal y la provincia de Buenos Aires, principalmente de las localidades del Sudoeste bonaerense. Asimismo es visitado por personas provenientes de otras localidades de La Pampa, y de las provincias de Río Negro y Neuquén.
- ✓ La mayor parte de estos visitantes son “turistas de paso” que hacen escala en Guatraché para conocer el Complejo Termal, La Colonia Menonita y la Laguna Guatraché y luego continúan viaje a otros destinos de la Patagonia.
- ✓ Asimismo hay personas que visitan Guatraché motivados por la realización de Turismo Salud en las Termas, porque tienen alguna dolencia y/o enfermedad y acuden a realizar tratamientos en las aguas termales.
- ✓ También visitan Guatraché turistas motivados a conocer la cultura y modo de vida de la comunidad Menonita y otras personas que realizan viajes comerciales a la colonia, principalmente para comprar muebles y equipamiento metalúrgico.

- ✓ La mayor afluencia de visitantes es en temporada estival, en temporada invernal durante el receso escolar, los feriados nacionales y en semana santa.
- ✓ En cuanto a la composición de los grupos se corresponde a familias, parejas y personas de la tercera edad. También arriban contingentes de jubilados y estudiantes de distintas localidades de la Provincia de Buenos Aires y La Pampa.
- ✓ Otro de los segmentos de demanda de la localidad son los viajantes comerciales, que pernoctan en la localidad durante la semana, dado que Guatraché es la localidad que absorbe la mayoría del movimiento comercial de la zona sudeste de la Provincia de La Pampa y actúa como nodo con respecto a las localidades vecinas.
- ✓ En cuanto a la estadía promedio, al igual que en el resto de la provincia de La Pampa, la estadía media frecuentemente es de 2 noches. Sin embargo, dependiendo del segmento de la demanda y el motivo de viaje, se registran estadías que varían de 5 a 2 días.
- ✓ El medio de transporte más utilizado es el automóvil particular y los colectivos de contingentes.
- ✓ Guatraché tiene una significativa afluencia de demanda recreativa que visita el Parque Recreativo de la Laguna Guatraché, principalmente en temporada estival así como también durante la realización de eventos programados. Si bien la mayor parte de este segmento son residentes de la localidad también arriban personas de otras localidades vecinas y del sudoeste bonaerense.
- ✓ Otro de los segmentos son las personas, principalmente familias y adultos mayores, que realizan turismo rural en una estancia local.
- ✓ Asimismo arriban turistas extranjeros que realizan caza deportiva en cotos de cazas y/o campos registrados localizados en el área rural de la localidad. Este producto mercado es uno de los más significativos y mejor posicionados en la provincia de La Pampa que atraen demanda internacional.
- ✓ En general la demanda busca en Guatraché, tranquilidad, relax, vida sana, buena comida e incursionar en prácticas de turismo rural.

Tal como se desprende en esta caracterización, el perfil de la demanda actual de Guatraché permite identificar diferentes segmentos de mercado que pueden ser potenciados mediante el desarrollo de diferentes productos mercados que permitan crear experiencias significativas y posicionarse en el mercado nacional y regional, para atraer segmentos de demanda en las diferentes temporadas del año.

Respecto a los segmentos potenciales, los mismos están asociados a ofertas comerciales concretas que pudieran conformarse a fin de satisfacerlos. Por ejemplo a escasos 190 km. de distancia se ubican las ciudades de Bahía Blanca y de Santa Rosa sobre cuyos mercados es posible trabajar diversas opciones.

Sin embargo, es necesario conformar una base de datos con la caracterización de la demanda actual y potencial, así como generar una sistematización de los datos con la continuidad que permita establecer tendencias, y realizar análisis que faciliten la toma de decisiones de la gestión de turismo de Guatraché.

6. SINTESIS DEL ANALISIS SITUACIONAL: MATRIZ FODA

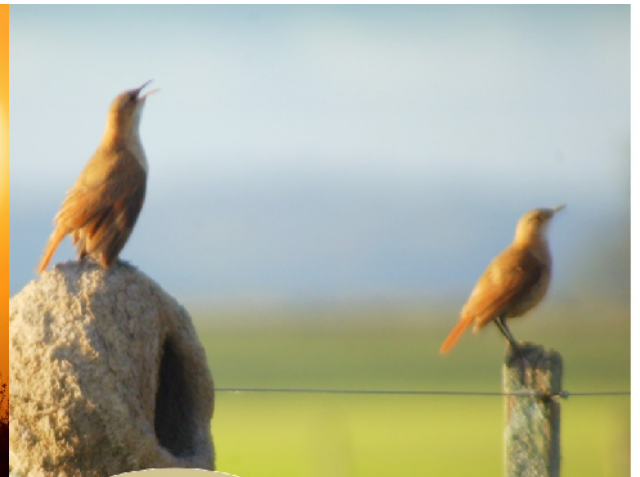
A continuación se expone una síntesis de los principales aspectos de entorno con situaciones negativas y positivas que pudieran condicionar o favorecer a Guatraché como destino turístico. De la misma manera se procedió con el análisis interno del destino, identificando fortalezas y debilidades que se necesitan potenciar o neutralizar desde las estrategias y acciones que se propongan en esta primera etapa del Plan.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de políticas turísticas orientadas a fortalecer destinos turísticos emergentes. • Interés creciente por parte del Gobierno Provincial y Nacional en desarrollar turísticamente la zona. • El contexto económico del país incentiva el aumento del turismo interno. • Pertenecer a la región de la Norpatagonia, y ser parte de la Marca Patagonia, posicionada a nivel nacional e internacional. • La actividad turística constituye una alternativa de desarrollo para complementar y diversificar la matriz productiva de localidades. • Incremento de la demanda de Turismo Termal en el mercado nacional asociado al producto Relax - Spa. • El mercado de turismo alternativo esta creciendo más que proporcionalmente que el mercado de turismo convencional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de competencia directa en el mercado regional captando los mismos segmentos de demanda. • Marcada estacionalidad de la demanda turística. • Tendencia al turismo itinerante: estadías cortas a fin de conocer distintos destinos. • Deficiente conectividad en vías de comunicación terrestres y áreas. • El sistema de señalética vial y turística es escasa y deficiente. • Falta de un Sistema de Información Turística integrado y sistematizado para la toma de decisiones.
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de atractivos turísticos singulares como Colonia Menonita con potencial para su puesta en valor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escaso desarrollo de la oferta de alojamiento y servicios turísticos. • Falta de facilidades turísticas en los

<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de Patrimonio natural y cultural para desarrollar actuales y potenciales productos mercados en el destino. • Ubicación estratégica de Guatraché respecto a corredores turísticos y rutas de conectividad. • Existencia de un Consejo Consultivo Local que nuclea representantes de todas las organizaciones locales. • Destino caracterizado por la tranquilidad y seguridad que ofrece la “vida de pueblo”. • Gestión municipal comprometida con el desarrollo de la actividad turística en la localidad, con una Dirección que vincula el área de turismo, cultura y deportes. • Funcionamiento continuo de una oficina de informes turísticos en la localidad. 	<p>atractivos naturales del área obstaculiza el desarrollo de actividades en los mismos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente red de transporte de corta, mediana y larga distancia. • Escasa oferta de actividades recreativas organizadas. • Falta de concientización turística en los pobladores locales. • Falta de capacitación de los recursos humanos involucrados en la actividad. • Insuficiente inversión en infraestructura de servicios y equipamiento básico que acompañe el desarrollo turístico del destino. • Inexistencia de una asociación intermedia que nuclea a los comerciantes y prestadores turísticos de la localidad. • Escasa inversión y desarrollo en emprendimientos turísticos en la localidad.
---	--

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO
SUSTENTABLE
GUATRACHE
I Etapa

DOCUMENTO 2:
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE
DESARROLLO TURÍSTICO



7. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

7.1. Presentación

La etapa de formulación de Lineamientos Estratégicos de Desarrollo Turístico implica el hecho de involucrarse en un proceso de planificación sobre las acciones futuras que son consideradas clave para impulsar el desarrollo endógeno.

Esta fase del estudio, se basa en insumos esenciales como el Pre – diagnóstico, presentado en el Informe de Avance, en el Diagnóstico Técnico, y en los Talleres de Sensibilización y de diagnóstico participativo, que fueron presentados en el Informe Parcial.

Es importante considerar los escenarios posibles sobre los que transitará el desarrollo local, regional y nacional, en términos generales y específicamente en el campo del turismo; para ello se ha considerado distinta información, principalmente del Ministerio de Turismo de la Nación, tomando como marco el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2010 – 2016. En este sentido, y según el mapa de oportunidades definido por el PFETS el área en estudio, Guatraché, pertenece al componente AREA CON VOCACION TIURISTICA.

En este contexto es dable mencionar que la Provincia de La Pampa está trabajando en la planificación del espacio turístico y ordenamiento territorial de las zonas turísticas provinciales. Los lineamientos aquí plasmados pretenden complementar y efectuar aportes significativos al trabajo que esta llevando a cabo la Subsecretaría de Turismo del Gobierno de La Pampa.

La construcción de líneas estratégicas de desarrollo, desde un punto de vista estrictamente metodológico, tiene como finalidad definir las principales vías de acción (políticas) que se consideran esenciales para un crecimiento sostenido y sustentable de la actividad.

Citando a Guimaraes, es dable mencionar algunas características centrales del debate actual sobre el desarrollo. *“Afirmar pues que los seres humanos constituyen el centro y la razón de ser del proceso de desarrollo importa abogar por un nuevo estilo que sea **ambientalmente** sostenible en el acceso y uso de los recursos naturales y en la preservación de la biodiversidad; que sea **socialmente** sostenible en la reducción de la pobreza y de las desigualdades sociales y en la promoción de la justicia social; que sea **culturalmente** sostenible en la conservación del sistema de valores, prácticas y símbolos de identidad que determinan la integración nacional a través de los tiempos; y que sea **políticamente** sostenible al profundizar la democracia y garantizar el acceso y la participación de todos en la toma de decisiones públicas. Este nuevo estilo tiene como norte una nueva **ética** del desarrollo, una ética en la cual los objetivos económicos de progreso estén subordinados a las leyes de funcionamiento de los sistemas naturales y a los criterios de respeto a la dignidad humana y de mejoría de la calidad de vida de las personas.”²*

En este sentido, resulta interesante remarcar la importancia en nuestro país que tiene el trabajar sobre la generación del empleo; que, en un sentido amplio, nos refiere a condiciones de accesibilidad (formación de recursos humanos vinculados a las diversas actividades productivas), sostenibilidad (trabajo con dignidad) y crecimiento (específicamente la sustentabilidad de la producción y la generación de riqueza).

En este marco es posible definir las estrategias de desarrollo turístico de la localidad de Guatraché, haciendo principal hincapié en la importancia que tiene la formulación de las mismas desde los propios actores locales y no necesariamente condicionadas por los organismos superiores.

Pueden establecerse tres componentes en la formulación de lineamientos estratégicos:

² Guimaraes, Roberto; **Fundamentos territoriales y bioregionales de la planificación**, CEPAL ECLAC, Naciones Unidas, Serie Medio Ambiente y Desarrollo nro. 39, División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos, Santiago de Chile, Julio de 2001.

- a) La línea estratégica propiamente dicha; conformada básicamente por una frase clara y definitoria, elaborada principalmente a partir de las “ideas-fuerza” formuladas en los talleres de sensibilización y diagnóstico participativo.
- b) La fundamentación del lineamiento; tomando como referencia información estadística, entrevistas a informantes clave y el resultado de los talleres, buscando establecer de manera sintética y precisa aquellos datos que justifican la formulación de la línea estratégica propuesta.
- c) La determinación de objetivos; es decir la formulación de aquellos objetivos a los cuales el lineamiento está dirigido y pretende cumplir en un plazo de tiempo estipulado.

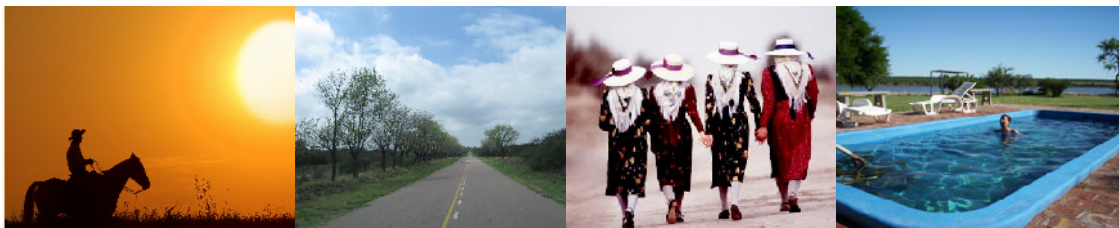
Por último, es importante recordar que en esta PRIMER ETAPA del PLAN DE DESARROLLO TURISTICO GUATRACHE, se plantean los principales lineamientos estratégicos propuestos a manera de Plan de Acción sugerido.

Se plantea con mayor nivel de detalle, presentando a nivel de PROGRAMA Y PROYECTO aquellos que fueron determinados por el equipo técnico como PRIORITARIOS. Con el mismo criterio de desarrollan los productos turísticos que fueron determinados como priorizados en los talleres de sensibilización y diagnóstico. En este sentido la formulación y evaluación integral de cada proyecto en particular, corresponde a una segunda fase del presente plan.

Los Lineamientos Estratégicos de Desarrollo Turístico planteados son:



7.2. LINEA 1 – DESARROLLO DE LA OFERTA TURISTICA



Desarrollo de una Oferta Turística Competitiva mediante la puesta en valor de los factores naturales y culturales de Guatraché, el desarrollo de los servicios de apoyo y el fortalecimiento de emprendedores locales.

Objetivo: definir los ejes de planificación y gestión turística necesarios para el desarrollo de una oferta turística competitiva de Guatraché, mediante el planteamiento e implementación de programas y proyectos integrales.

A) PROGRAMA: DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS COMPETITIVOS.

Objetivo:

- ✓ Promover el desarrollo y la consolidación de productos turísticos actuales y potenciales, con criterio de desarrollo local y gestión participativa, a fin de poner en valor los recursos naturales y culturales de Guatraché.

PROYECTO: “GUATRACHÉ TERMAS DEL CAMPO”: REVALORIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO TERMAL

El termalismo es un recurso que tiene más de 40 años de desarrollo en nuestro país lo que ha significado una variación en el perfil del consumidor que ha dejado de vincularse con él desde una perspectiva limitada a la salud para ahora hacerlo también desde la prevención y la recreación.

Esto ha significado que en estos últimos años, surja una demanda creciente tanto en emprendimientos individuales como en centros y complejos termales según sean las características minerológicas del agua y el espacio urbano o natural en el que se encuentran.

En función de ello, las Termas de Guatraché ofrecen condiciones excepcionales para desarrollar un producto turístico acorde a estas tendencias del mercado, pero para ello es necesario revalorizar este recurso mediante el desarrollo de un sistema de soporte que permita crear un producto más competitivo.

Para ello la propuesta contempla la creación de un nuevo concepto de producto termal y la refuncionalización del equipamiento e instalaciones necesarias para desarrollar un producto de calidad y competitivo.

Hacia un nuevo concepto de Turismo Termal

La modalidad de Turismo Termal se ha ido transformando en los últimos años. Hoy, además de constituir centros de salud, las termas se han transformado en lugares para usos turísticos, recreativos y de actividad social, vinculadas a las nuevas tendencias de la demanda que responden a la búsqueda de diversos beneficios funcionales, vivenciales y simbólicos.

En este marco resulta estratégico optimizar las ventajas comparativas y competitivas de Guatraché como destino turístico y recreativo, generando un producto turístico capaz de generar experiencias significativas en torno al desarrollo del turismo termal.

Bajo esta perspectiva la propuesta se centra en la definición de un nuevo “concepto de producto termal” que se deberá materializar mediante estrategias de marketing y desarrollo de inversiones en infraestructura, equipamiento e instalaciones para su adecuada puesta en valor.

El concepto de producto desde un enfoque de marketing integrado requiere combinar la mirada desde el punto de vista de la oferta y desde la perspectiva de la demanda. Es decir, lo que queremos vender, el núcleo de la oferta, con los beneficios principales que comprarán nuestros clientes.

Por lo cual el concepto sugerido para desarrollar y posicionar el producto turístico termal de Guatraché buscará combinar esta perspectiva dual,

integrando los atributos del producto y los beneficios buscados por la demanda actual y potencial.

En este sentido se pretende redefinir el concepto actual del producto, que esta fuertemente asociado al concepto de salud y curistas, a un concepto más vinculado a los beneficios buscados por la demanda en relación al contacto con la naturaleza, el bienestar, relax y estética.

Este nuevo concepto será la base para diseñar un producto más integral que contemple diversos servicios que actualmente demanda el mercado. Algunas de las líneas de productos sugeridas son: Spa Termal, Centro de Estética y Belleza, Actividades recreativas en la naturaleza, Programas con alojamiento y gastronomía.

Considerando además que el concepto de producto será la base para el “Posicionamiento”, es decir, para desarrollar y proyectar una imagen de producto que resulte atractiva para los públicos objetivos diferenciándolos de la competencia, se propone un nuevo nombre de marca: **Guatraché: “Termas del Campo”**, que se sugiere utilizar en lugar del actual “Parque Termal Laguna de Guatraché”.

De este modo el concepto de producto y el nombre de marca tienen una vinculación directa con el perfil turístico del destino permitiendo además diferenciarlo de otros centros termales de la región y del país.

Refuncionalización del complejo termal

Para un óptimo funcionamiento del complejo termal y en vistas de desarrollar un producto turístico competitivo, es necesario efectuar obras de mejoramiento e inversión en el actual complejo.

En este sentido la propuesta para este proyecto de refuncionalización de las termas de Guatraché se realiza en base a la consideración y análisis de obras de mejoras prioritarias en distintos plazos que permitan ofrecer un producto turístico de calidad.

A continuación se detallan las acciones sugeridas:

Acciones	Descripción	Plazo de ejecución
<p>Remodelación de la actual clínica termal: “Spa Termal”</p>	<p>Como medida prioritaria se propone que el municipio local administre la clínica termal, efectuando las remodelaciones necesarias para ofrecer un servicio de calidad.</p> <p>Esta remodelación incluye la refacción de la estructura edilicia que constituya un nuevo “Spa Termal”, ampliando sus dimensiones, incorporando nuevas tecnologías de equipamiento, y aprovechando las visuales hacia la laguna y su entorno natural, con materiales acordes al medio.</p> <p>El proyecto debería incluir gabinetes individuales donde se realicen diversos tratamientos con aguas termales: hidroterapia, fangoterapia, etc. y un salón de estética donde se puedan ofrecer diversos servicios complementarios.</p> <p>Asimismo se sugiere que el mobiliario y la ambientación del lugar este acorde al concepto de producto propuesto.</p> <p>El dimensionamiento del spa estará sujeto a los recursos disponibles para la inversión, siendo recomendable contar con al menos 4 gabinetes privados, un salón de estética, una sala común de estar y sanitarios.</p> <p>Asimismo se sugiere contemplar que esta estructura edilicia pueda conectarse a un sector de piletas cubiertas mediante una galería vidriada con espacios comunes que permitan disfrutar del lugar durante todo el año.</p>	<p>Corto Plazo</p>
<p>Construcción de sector de piscinas termales</p>	<p>Como segunda instancia se propone la construcción de un sector de piscinas termales. Una de ellas cubierta conectada al sector del spa con una estructura vidriada que permita disfrutar el entorno natural, con decks de estar y un sector de vestuarios y sanitarios. La otra piscina se localizaría en el exterior, permitiendo aprovechar las buenas temperaturas de la temporada estival, con decks y áreas de relax.</p> <p>La tecnología de las piscinas debería ofrecer un circuito termal diferenciado, incorporando distintos tratamientos de hidroterapia y bancos interiores en las áreas</p>	<p>Medio Plazo</p>

Acciones	Descripción	Plazo de ejecución
	<p>periféricas para que se pueda permanecer sentado.</p> <p>Asimismo las piscinas, al igual que todo el complejo, deben ser accesibles para personas de todas las edades, utilizando las instalaciones necesarias para brindar seguridad y confort.</p>	
<p>Línea de productos de belleza y tratamientos termales</p>	<p>Dada las propiedades del recurso termal de Guatraché se propone desarrollar una línea de productos termales con el fin de agregar valor a la oferta de servicios del Spa Termal, y a su vez posicionar la marca y el producto turístico.</p> <p>Para ello se sugiere que esta línea de productos sea desarrollada por emprendedores locales idóneos, que ofrezcan un producto de calidad y competitivo.</p>	<p>Corto Plazo</p>
<p>Plan de Marketing</p>	<p>Otra de las acciones prioritarias, luego de la remodelación del Spa Termal es la elaboración e implementación de un Plan de Marketing para el complejo termal, que permita reposicionar el producto en los mercados meta.</p> <p>El desarrollo de estrategias y acciones de Marketing para la definición de líneas de productos, fijación de precios, así como su promoción y comercialización, son fundamentales para ofrecer un producto turístico competitivo.</p>	<p>Mediano Plazo</p>
<p>Alojamiento en el Complejo Termal</p>	<p>Asimismo otro de los proyectos contemplados en esta propuesta es la construcción de una nueva unidad de alojamiento para el complejo termal, que permita ofrecer un producto integral y más competitivo.</p> <p>Si bien actualmente dentro del predio existe un hospedaje para 28 plazas, que ofrece habitaciones con baño privado, es necesario proyectar una oferta de alojamiento acorde a las tendencias del mercado, que responda a una demanda cada vez más exigente en cuanto a calidad y confort.</p> <p>La propuesta de alojamiento es la construcción de una hostería que se integre al complejo termal, con capacidad para 30/40 plazas. Su arquitectura y estilo deberán responder al conjunto del complejo, con</p>	<p>Largo Plazo</p>

Acciones	Descripción	Plazo de ejecución
	<p>materiales acordes al medio natural. Se sugiere que se emplace en el terreno contiguo al Spa Termal, en planta baja, a fin de integrar la oferta de servicios, haciendo más accesible y confortable la experiencia del huésped.</p> <p>El dimensionamiento y localización del proyecto estará sujeto a un estudio previo de impacto ambiental, para determinar su factibilidad técnica y ambiental.</p>	
<p>Desarrollo de alojamientos con aguas termales en la localidad de Guatraché</p>	<p>La proyección de Guatraché como destino turístico termal requiere el desarrollo de una oferta de servicios turísticos que permita captar gradualmente nuevos segmentos de demanda.</p> <p>El desarrollo turístico de Guatraché requiere inversión en infraestructura y equipamiento de servicios, de modo que permita generar un desarrollo endógeno y dinamismo económico en la localidad.</p> <p>Con este fin se plantea la posibilidad de realizar un estudio de prefactibilidad para que las aguas termales de la Laguna puedan incorporarse a la oferta de alojamiento de la localidad. Esta propuesta plantea que los actuales y futuros emprendimientos de alojamiento de Guatraché incorporen el producto termal en sus servicios, permitiendo captar a un número mayor de turistas, al mismo tiempo que se genera un mayor dinamismo económico en la localidad y se evitaría el sobre uso del área del complejo termal de la Laguna.</p>	<p>Largo Plazo</p>

En vistas a una creciente demanda, los centros termales han visto la necesidad de complementar sus servicios de salud con nuevos productos de oferta que sean capaces de captar mayor demanda y por más tiempo de estadía, a fin de posibilitar la práctica de múltiples actividades recreativas, el disfrute de otros productos turísticos y generar así, una fuerte de contribución al bienestar de las comunidades en las que se desenvuelve.

El desarrollo turístico de Guatraché requiere afrontar este desafío mediante la inversión y desarrollo de sistemas de soporte que garanticen una oferta de servicios turísticos competitiva. El recurso termal es uno de los principales atractivos naturales con potencial turístico del destino, sin embargo es necesario optimizar su aprovechamiento, desarrollando un producto turístico

que responda a las tendencias del mercado al mismo tiempo que permita crear condiciones de competitividad y sustentabilidad en el destino.

PROYECTO: “TURISMO RURAL”: UNA EXPERIENCIA CON ESENCIA DE CAMPO

El perfil de Guatraché tiene una intensa asociación con el medio y la vida rural, ofreciendo la posibilidad de poner en valor recursos genuinos de la localidad mediante el desarrollo de Turismo Rural ofreciendo un producto competitivo a nivel regional y nacional.

El turismo rural se presenta como una alternativa para la producción agropecuaria, por lo que se hace necesario impulsar su desarrollo. Por esto, surge la necesidad de planificar las acciones que se considera debieran llevarse a cabo, a fin de posicionarlo como un producto competitivo en la oferta turística global de Guatraché.

Esta modalidad de turismo constituye un conjunto de actividades que se desarrollan en dicho entorno, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse para los habitantes del medio en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.

El desarrollo del turismo rural surge como estrategia para evitar el despoblamiento rural, como herramienta para solucionar la crisis del agro (mediante la diversificación de actividades) y como respuesta a la demanda cada vez más creciente de personas interesadas en visitar áreas rurales.

En Argentina existen actualmente más de mil establecimientos que ofrecen actividades de turismo rural. Se trata de establecimientos de diverso tipo, tamaño y categoría, que según sus características adquieren varias denominaciones tales como estancias, campos, chacras, granjas y bodegas.

Actualmente en Guatraché el único establecimiento de turismo rural de la localidad es Estancia La Julia que ofrece: alojamiento, gastronomía típica, cabalgatas y actividades de agroturismo. Sin embargo se viene trabajando en

el marco del Proyecto Cambio Rural del INTA, en el desarrollo de un Grupo de Turismo Rural del Sureste de La Pampa, donde se están integrando nuevos establecimientos rurales de Guatraché interesados en desarrollar actividades turísticas.

Este producto es considerado prioritario para Guatraché ya que permite complementar la actividad económica y social de la localidad, mediante la puesta en valor de un recurso genuino y propio, que integra su historia y modo de vida, y que permite además asociar el perfil rural de la localidad al desarrollo turístico del destino.

Por lo anteriormente expuesto las acciones a llevar a cabo en el marco de este proyecto son:

- ✓ Identificar nuevos establecimientos rurales de Guatraché con interés y potencial para ofrecer el producto.
- ✓ Desarrollar e integrar una red de emprendimientos de turismo rural de Guatraché que ofrezcan distintas alternativas complementarias al turista.
- ✓ Brindar asistencia técnica para fomentar el desarrollo de emprendimientos de turismo rural mediante estrategias asociativas.
- ✓ Articular programas y acciones con organismos nacionales y provinciales que fomentan el desarrollo del turismo rural, tales como el Proyecto Cambio Rural del INTA, el Programa Nacional de Turismo Rural (ProNaTur), la Red Argentina de Turismo Rural (RATUR), entre otros.
- ✓ Coordinar acciones con otros organismos e instituciones de la localidad y la región, como centros tradicionalistas, escuelas agrotécnicas, entre otras.
- ✓ Sensibilizar y capacitar a emprendedores rurales sobre el desarrollo de la actividad turística en el medio rural.

- ✓ Facilitar y asesorar sobre líneas de financiamiento vigentes para proyectos de turismo rural.
- ✓ Desarrollar acciones de marketing y promoción para el posicionamiento del producto en el mercado.

La puesta en marcha de este proyecto tendrá como fin desarrollar el producto de turismo rural en Guatraché, mediante el diseño de una oferta que integre:

- Alojamiento en el medio rural.
- Gastronomía típica, tanto en establecimientos rurales como en la oferta gastronómica de la localidad.
- Actividades en el medio rural como: cabalgatas, paseos en carruajes, participación activa del turista en labores rurales, actividades de granja, caza, entre otras.
- Acontecimientos programados vinculados con el medio rural, tales como jineteadas, destrezas criollas, cabalgatas, festivales de danza y folclore.
- Diseño, exposición y venta de artesanías típicas, revalorizando el trabajo artesanal de la comunidad local.

PROYECTO: DESARROLLO DEL PRODUCTO CAZA

Desarrollo del producto caza en campos registrados en la Dirección de Recursos Faunísticos de la Provincia La Pampa.

Objetivo: desarrollar, posicionar y regular el producto caza en el mercado regional, poniendo en valor los recursos locales.

La provincia de La Pampa es sin duda el paraíso de la caza mayor y menor. Comprometida con los principios conservacionistas y el uso sustentable de la fauna silvestre tiene el privilegio de ofrecer una amplia variedad de especies entre las que se enumeran: ciervos colorados, jabalíes, pumas y otras especies como búfalo y antílope, que solos son autorizados en cotos, a través de un plan de manejo y de caza.

El Producto CAZA o CINEGETICO, es el producto turístico estrella de la Provincia de La Pampa, sin embargo no genera el efecto económico que supone en las localidades, debido a que es un producto que se comercializa solo a nivel de Cotos de Caza, donde los cotos abonan un canon y al ser empresas privadas, la movilización económica no se vislumbra realmente a nivel de la comunidad que posee el recurso. Los Cotos de Caza habilitados en la localidad de Guatraché son dos: Los Molles y La Eugenia.

La Propuesta contempla una estrategia de distribución de ingresos más equitativa para la comunidad donde gran parte de los sectores económicos de la localidad de Guatraché se verían beneficiados, sin entrar en conflicto con los Cotos de Caza habilitados, debido a que trabajarían con públicos objetivo sustancialmente diferentes.

El perfil de cazador que se intenta captar mediante esta propuesta, es aquel que procede de no mas de 700 km de distancia y cuyo objetivo es mas allá de “consagrarse” con una presa, “participar del rito” de la cacería, sin pagar por las piezas conseguidas y con el gran riesgo de no acceder a ninguna. Es decir la mayor motivación es “estar en contacto con la naturaleza”, vivir una “experiencia de caza” mas allá del resultado y que esta experiencia sea accesible en tiempo y en el costo de la misma.

Los cazadores que arriben a los Campos registrados, abonarán su permiso correspondiente de caza en la Dirección de Recurso Faunísticos de la Provincia de La Pampa.

Los propietarios de los campos del área de influencia de Guatraché, tendrán la posibilidad de registrarse en la Dirección de Recursos Faunísticos, donde declararán su interés por participar de este Programa.

De esta manera, el organismo local involucrado (a determinar), tendrá la responsabilidad de emitir el permiso de ingreso correspondiente al campo. Los propietarios, entregarán al responsable local, el listado con los GUIAS AUTORIZADOS a ingresar a su campo, con lo cual garantiza la seguridad en su establecimiento, la cantidad de cazadores simultáneos, el manejo del recurso y el respeto por sus instalaciones, así como también el tiempo por el cual está registrado.

Los paquetes de caza podrán diseñarse de varios días, donde se priorizará que los visitantes pernocten en la localidad de Guatraché y también consuman el servicio de restauración y esparcimiento.

Producto que se articulará o promocionará con excursiones o visitas al centro termal y Menonitas.

En este sentido, la localidad estaría obteniendo BENEFICIOS ECONOMICOS en los siguientes aspectos:

- Cobro ingreso para el Propietario del campo
- Tarifa acordada para Guía local habilitado (puede proponerse una tarifa básica y una diferenciada en función de los idiomas en los que pueda guiar)
- Consumo de habitaciones/noche. Ingresos para establecimiento hoteleros.
- Consumo de restauración. Ingresos Establecimientos gastronómicos.
- Ingresos en concepto de esparcimiento: excursiones, compra de artesanías, asistencia a eventos, entre otros.

PROYECTO: MENONITAS..."Un Viaje a través del Tiempo", con esencia de campo

Objetivo: desarrollar y posicionar en el mercado nacional y regional el producto de turismo étnico, potenciando la atractividad y competitividad de un recurso singular.

La Colonia Menonita es uno de los atractivos de mayor jerarquía en la oferta del destino y la región. Es un producto con una gran potencialidad de desarrollo, capaz de generar importante demanda a nivel nacional.

En este sentido el equipo técnico propone trabajar en distintas líneas de acción, sin perder de vista lo "consensuado" en los talleres diagnóstico, donde los participantes fueron elocuentes al mencionar que "Menonitas no es Guatraché". El equipo técnico considerando este acuerdo y estando en conocimiento de la importancia del atractor de referencia propone su desarrollo como "producto complementario", respetando el perfil de destino rural y asociando el mismo a una nueva experiencia que siempre haga referencia al contexto rural en el que se desarrolla.

La potencialidad de este producto radica en la singularidad de este recurso de base, permitiendo desarrollar un atractivo producto asociado al Turismo Cultural y a experiencias vinculadas a la interacción con una comunidad que posee un estilo de vida y cultura diferentes.

El desafío de fortalecer este producto consiste en ofrecer nuevas actividades y maneras de "vivir esta experiencia" donde el visitante sea participe de algunas de las actividades y costumbres del lugar. Así como también que otras familias se sumen a esta actividad ofreciendo alojamiento, gastronomía y actividades recreativas.

El diseño y la puesta en valor de este factor, debe considerar su complementariedad con la oferta de servicios y actividades existentes en la localidad de Guatraché, a fin de posicionarlo como un producto complementario dentro de una oferta integrada.

Sin embargo un aspecto clave a considerar es el acuerdo de parte de las familias menonitas implicadas en esta actividad, en continuar impulsando el desarrollo de actividades turísticas dentro de la colonia, estableciendo también bajo que modalidad y condiciones (cantidad de visitantes, tipos de grupos, tarifas, guías locales habilitados, entre otros).

La excursión a la colonia menonita forma parte de la oferta actual recreativa de Guatraché, que comenzó a desarrollarse desde el año 1996. Las visitas se realizan de lunes a sábados con una duración de 4 a 5 hs. Existen 3 guías locales autorizados por la colonia para ingresar con visitantes.

En este sentido se considera relevante continuar con la metodología de guiado utilizada, es decir con guías locales autorizados a ingresar, garantizando de esta manera una experiencia satisfactoria y auténtica tanto para el visitante como para la comunidad receptora.

La excursión ofrece una visita guiada por los lugares de producción de la colonia - quesería, tambo, metalurgia y carpintería - almacén de ramos generales, la iglesia, la escuela y actualmente una familia recibe a los turistas en su casa, ofreciendo el servicio de gastronomía típica (almuerzos y meriendas) y paseos en buggy.

Una de las limitantes observadas para la puesta en valor del recurso es su accesibilidad, dado el mal estado y la falta de mantenimiento de los caminos de ripio de acceso a la colonia.

Se propone regular la actividad de los Guías Locales, al igual que los Guías de caza, donde los mismos puedan registrarse en un organismo como puede ser la Agencia de Desarrollo Turístico o la consolidación de alguna empresa de viajes y turismo. En este sentido, los guías podrían trabajar a manera de free lance para agencia. Sería de suma importancia comercializar el producto Menonita asociado a otras visitas como Estancia La Julia, o con visitas al Complejo Termal.

Puede acordarse a través de la Agencia de Desarrollo Local que la Modalidad Turismo Social, con grupos de jubilados y escuelas podría trabajarse con los guías de la Dirección de Turismo.

En este aspecto también podría establecerse una oferta de Guiados para Particulares que podría absorber la empresa de viajes local.

PROYECTO DE REVALORIZACIÓN DE ARTESANIAS LOCALES

Objetivo: Promover al desarrollo cooperativo de los artesanos de la localidad, destacando la importancia de la identidad propia de sus productos con esencia de campo.

Como se ha señalado, la existencia del producto turístico está directamente ligada al consumo de recursos y atractivos. Una forma típica de plasmar dichos consumos son las artesanías locales. Claramente, el turista busca recuerdos que sean típicos o que plasmen en alguna pieza parte de los momentos vividos. Sin embargo, muchas veces, las artesanías se convierten en productos de mala calidad o que se encuentran lejos de ser artesanías típicas; más aún, existe todo un mercado de baja calidad que se aprovecha de estos espacios para producir sus ventas, tal es el caso que se pudo registrar durante el Evento de GuatracheTur del los días 25 y 26 de Septiembre, donde vendedores de Senegal ofrecían sus productos de bijouterie en los puesto junto a los artesanos locales, cuando esto sucede, se vuelve contraproducente, ya que desvaloriza el recurso local.

En este marco se propone contar con un lugar de exposición y venta permanente, con personal dedicado a la atención al público, pero con la posibilidad de visitar a los artesanos en sus talleres. Actualmente el sitio de exposición es la oficina de informes en la estación ferroviaria.

De igual modo para completar una futura oferta cultural deberá existir un estilo de empaque ó embalaje que le de identidad a la propuesta, más allá del valor personal de cada objeto.

Otra de las acciones propuestas para revalorizar este producto, es la definición de un nombre de marca para las artesanías locales a fin de lograr el posicionamiento del producto y desarrollar identidad propia.

Por otra parte es necesario nuclear los artesanos locales, generando una Asociación que puede tomar la figura jurídica de una cooperativa de Artesanos Locales. Es necesario hacer un una certificación de origen de la producción,

videos que detallen el proceso de manufactura, el origen del material, etc., hasta el mismo embalaje y la venta del producto, formando de esta manera un banco de datos de los artesanos que servirá como material para promoción y difusión de este arte, en ferias, folletos, y todo tipo de comunicación que se requiera.

No se identifica aún la localidad con algún souvenir en particular, pero esto será un proceso lógico creativo al cual se llegue luego del reconocimiento por parte del turista y por sus propios artesanos, cuando logren plasmar en un objeto su identidad local.

B) PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA OFERTA RECREATIVA

Objetivos:

- ✓ fortalecer y revalorizar las fiestas populares locales
- ✓ consolidar una oferta recreativa anual

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE LAS FIESTAS LOCALES

Este proyecto apunta a generar estímulos que permitan el fortalecimiento de las fiestas locales como recursos turísticos. Considerando que estas son actividades que se expresan a través de las celebraciones y acontecimientos conmemorativos que se organizan para el disfrute tanto de residentes como de turistas. Las fiestas son, en definitiva, parte importante del patrimonio vigente de la comunidad porque la identifica en su modo de vida y, permite a su vez, el fortalecimiento de la identidad cultural y del reconocimiento de la diversidad, especialmente mediante la apropiación social del patrimonio cultural local.

De esta forma, las fiestas como hecho cultural, se constituyen en un factor que permite la generación de recursos, pero también son un medio para la preservación y revalorización del patrimonio a nivel local, a partir del desarrollo del turismo.

En este sentido el proyecto pretende fomentar y revalorizar las celebraciones de la comunidad, realizando una serie de festejos al aire libre, con la participación de las diversas colectividades de la localidad y la actuación de artistas locales e invitados. Se realizan motivados por las

fechas patrias, religiosas, aniversarios y festejos populares que se dan cita en la localidad.

Para lograr que las fiestas se conviertan en un atractivo turístico, es necesario generar acciones específicas que permitan alcanzar el cumplimiento de las metas propuestas, como por ejemplo: fomentar los vínculos entre la cultura local y el visitante, establecer instancias de promoción adecuadas a nivel local, regional y/o nacional, motivar e incorporar a los jóvenes. También definir los aspectos normativos, administrativos y financieros que hacen a un funcionamiento eficaz y eficiente de las fiestas, así como gestionar convenios y alianzas estratégicas entre diversas instituciones, organizaciones no gubernamentales, de la sociedad civil y/o gobierno.

Se realizó un detalle de las actuales fiestas populares que se dan lugar en la provincia de La Pampa a lo largo de todo el año, se comprobó que principalmente se concentran en los meses de Enero y Febrero, Octubre, Noviembre y Diciembre, son de carácter folclórico y resaltan las actividades del campo que se desarrollan o finalizan en esos meses del año.

Comparativamente se analizaron las tres fiestas ya consagradas de Guatraché que son Fiesta Provincial del Turismo a principios de febrero, La Fiesta Provincial del Caldén en el mes de Octubre, y La Fiesta Provincial de la Música en Noviembre, así como también el Aniversario de la localidad el 19 de Abril.

Con este motivo y teniendo como antecedente que la comunidad cuenta con mas del 33% de su población joven, es una oportunidad resurgir con los festejos por el día de la Primavera, en septiembre, como Fiesta Joven de la localidad en inmediaciones de la zona de la laguna, con manifestaciones culturales, deportivas y sociales.

En este año 2010, es dable mencionar el **Centenario de la Parroquia San Francisco Javier**, como un evento único y de gran trascendencia. Este evento tendrá lugar los días 6 y 7 de Noviembre y congregará a gran cantidad de participantes. Se han estado realizando distintas actividades en el marco del centenario como por ejemplo el Desfile de Novias con vestidos de novias de

“todas las épocas” que hayan celebrado el Matrimonio en la parroquia y también las Bodas de Plata y Oro a todos aquellos matrimonios que se hayan cumplido sus 25 y 50 años de casados en este año.

Se considera relevante fortalecer la **Fiesta del Centenario** de la parroquia. La localidad de Guatraché es una comunidad con fuerte sentido religioso, y se están realizando distintas obras en el marco de esta fiesta para puesta en valor de la parroquia, como iluminación el cambio de la cúpula de la misma entre otras acciones de gran importancia.

PROYECTO: CIRCUITOS TURÍSTICOS LOCALES

Sin duda alguna lo más valioso de cada lugar es su propia historia, su forma de vida; basado en ello, la localidad debe estructurar una “puesta en escena” de su personalidad en un tiempo acotado.

El objetivo de este proyecto es fortalecer el circuito histórico- cultural y el circuito productivo de Guatraché.

Esta propuesta se basa en promover los circuitos que ya han sido diseñados por personal de la Dirección de Turismo Municipal, ya que constituyen una interesante alternativa turística y recreativa. Se considera relevante dejar sentado que este tipo de circuitos deberán poseer una programación y diseño de la información que permita identificar cada sitio, sin perder de vista la composición del conjunto.

La historia propia, las características de su población, la naturaleza y las particularidades de la producción son aspectos centrales. El material debe ser compilado para poder producir distintas piezas gráficas, desde un mapa de interpretación de área, folletos e información electrónica.

La propuesta se basa en descubrir capacidades de los pobladores locales que bajo un conocimiento aprendido por la permanencia de vida en esta localidad puedan acompañar y ayudar a formar opinión a un visitante en los diferentes lugares de interés con que cuenta Guatraché.

Por otro lado, es recomendable que exista la alternativa de circuitos autoguiados, definiendo las “paradas” en sitios en dónde puedan montarse paneles interpretativos, los cuales faciliten la comprensión del circuito, como por ejemplo en el Museo Municipal. Se propone evaluar la posibilidad de utilizar soporte multimedia como complemento para este tipo de servicios.

Una alternativa interesante para el circuito productivo, podría ser ingresar a algún establecimiento agropecuario o industria agro-alimentaria, con el fin de poder observar “in situ” las actividades agrarias, este podría ser el caso de la Escuela Agrotécnica, que ofrece una amplia gama de servicios en este sentido.

PROYECTO: Revalorización del Complejo Turístico Religioso Cristo de la Salud

Otro de los aspectos clave a considerar es el diseño de una propuesta que ponga en valor el Complejo turístico religioso “**Cristo de la Salud**”, diseñando un circuito tanto para los visitantes como para los feligreses que deseen participar del mismo.

Si bien este factor cultural actualmente está puesto en valor como complejo turístico religioso, la potencialidad del atractivo está dada por la posibilidad de generar diversos acontecimientos programados y actividades recreativas a lo largo del año, a fin de resignificar el espacio y lograr la apropiación del mismo por parte de la comunidad.

Una de las posibilidades es generar una propuesta que integre Salud - Recreación y Espiritualidad.

Podría pensarse en una propuesta enmarcada en una Fiesta Religiosa, como por ejemplo proponer distintos circuitos en Semana Santa, en fechas cercanas a Navidad y en distintos momentos que podrían acordarse con la Parroquia San Francisco Javier, con la Comisión de la Iglesia y con el Hogar San Carlos.

Es un atractor apto para trabajar como circuito recreativo con distintos públicos como los Boy Scouts “San Francisco Javier”, que es un grupo de personas proactivo y comprometido con la temática religiosa y las buenas prácticas ambientales.

Por otro lado se considera relevante la refacción y restauración de las instalaciones existentes, como así también continuar con el proyecto de

desarrollo a futuro, de las restantes etapas de su construcción. El proyecto contempla la posibilidad de ampliar e incorporar mayor número de atractivos y servicios básicos a los visitantes.

PROYECTO: Desarrollo de la oferta recreativa en Laguna Guatraché

La laguna Guatraché es sin duda un excelente lugar para pasear y disfrutar del tiempo libre, tanto para residentes como para turistas. En ella se desarrollan las actividades recreativas, deportivas y culturales al aire libre en época estival.

Sin embargo un aspecto a considerar es desarrollar una propuesta que permita optimizar el aprovechamiento del recurso durante todo el año, disminuyendo de esta manera la marcada estacionalidad. En este sentido el proyecto plantea distintas actividades recreativas, considerando los espacios de uso y las condiciones necesarias para el desarrollo de cada actividad.

Entre las actividades propuestas se destacan:

Cicloturismo

Aprovechando la proximidad de la localidad al espacio natural de la Laguna Guatraché, puede desarrollarse este tipo de actividad al aire libre, que no presenta demasiadas limitaciones climáticas, y que puede ser fomentado con señalética informativa a lo largo de la ruta. Esta actividad puede convocar a toda la familia si se garantiza seguridad vial y mantenimiento del camino.

Arquería

La laguna presenta un marco natural propicio para el desarrollo de una actividad de destreza como es la arquería, que por su técnica ancestral atrae a grandes y chicos.

Kayaks

La incorporación de embarcaciones a remo para una, dos o tres, personas, ofrecen una experiencia significativa para navegar la laguna, visitando los tres cerros que la rodean, y ofreciendo una actividad de tipo activa, en contacto con

el entorno natural; que puede ser realizado por grupos de amigos y por toda la familia.

Parapente

El hecho de poder utilizar las energías naturales hacen y dan un valor agregado al producto. El predio de la laguna y su área circundante constituyen un espacio apto para llevar adelante esta actividad, contemplando la posibilidad de realizar encuentros o campeonatos de parapente con vuelo de permanencia y de orientación. La buena visibilidad y las térmicas de verano y otoño son conjunciones ideales para la práctica de este deporte vistoso.

Deportes innovadores

Existen en la actualidad nuevas modalidades de deportes que conjugan la superficie del agua y el viento para su desarrollo como lo son el windsurf y el kitesurf.

Pruebas atléticas

En el perímetro de la laguna y aprovechando el entorno natural pueden desarrollarse actividades deportivas como:

- Prueba atlética competitiva o recreativa con distintas distancias de acuerdo a las edades de los participantes
- Pruebas combinadas de trekking y kayak
- Pruebas más completas de tipo triatlón o tetratlón, combinando bicicletas, kayak, trekking y orientación

Las carreras de aventura o este tipo de acontecimientos deportivos, convocan cada vez en mayor medida a muchos amantes de este tipo de deporte de actividades múltiples o combinadas.

Avistaje de aves

Aprovechando la biodiversidad existente asociada al recurso laguna y su zona de influencia, fuera de la temporada estival surgen nuevas propuestas que ya han sido comprobadas en otros destinos turísticos y que convocan a expertos y

aficionados a esta modalidad de Turismo de naturaleza, como es el caso del Avistaje de aves y la caza fotográfica, la cual constituye una excelente oportunidad para el área de referencia.

En meses específicos del año, existe mayor concentración de determinadas especies autóctonas y migratorias, lo cual posibilita la implementación de actividades programadas que generan una nueva demanda turística que puede ser captada a través de la organización de concursos fotográficos, encuentros internacionales, nacionales o regionales de diversas asociaciones especializadas en esta actividad.

Cabe mencionar que este tipo de actividad convoca a aficionados de ambos sexos y de todas las edades.

PROYECTO: Guatraché para Abuelos.

Siguiendo el calendario de actividades provinciales se propone para los meses de Abril y Mayo realizar el **Encuentro regional / provincial de Adultos mayores**, donde la actividad primaria es el termalismo complementando con actividades deportivas y recreativas diseñadas acordes al segmento de referencia.

PROYECTO: Desarrollo de la oferta deportiva en la localidad.

El desarrollo y fomento de actividades deportivas en la localidad de Guatraché, constituye una oportunidad de relevancia para captar en épocas de baja temporada una interesante afluencia de este segmento “turístico” del mercado regional y provincial.

Sumado a ello Guatraché cuenta con instalaciones deportivas de calidad para desarrollar distintos tipos de eventos deportivos en la localidad, como el Polideportivo del Centro de Educación Física N°1, la pileta de natación olímpica del Club Atlético Huracán, las canchas de tenis del Club Atlético Pampero y las canchas de fútbol de ambos clubes, entre otras.

En este sentido se propone constituir una Comisión de deportes que funcione en forma articulada con la Agencia de Desarrollo Turístico local, y nucleee a la

Dirección Municipal de Turismo y Deportes y a representantes de las distintas instituciones y asociaciones deportivas

Se propone dos líneas genéricas de acción:

- ✓ Guatraché, como sede de distintos eventos deportivos
- ✓ Guatraché, como sede de Capacitación y Clínicas Deportivas

Esta última contempla la posibilidad de trabajar en la implementación de un Plan de Capacitación Deportiva, con el objetivo de capacitar a entrenadores y formadores de las instituciones que tienen asiento en la localidad (Club Atlético Huracán, Club Atlético Pampero e instituciones o asociaciones deportivas de la región y provincia) y en la región a fin de crear un espacio para las personas que se encuentran a cargo de grupos deportivos en esas entidades.

Esta línea de acción sugerida contempla el dictado de Jornadas y Seminarios de integración deportiva y social con los clubes de la localidad donde las incumbencias de cada encuentro deberán ser plasmadas en un calendario anual deportivo.

La complementariedad deportiva de los dos clubes sociales y deportivos que se encuentran en la localidad y el hecho de contar con las instalaciones deportivas del C.E.Fi. N°1, orientan la posibilidad de poder ser sedes deportivas en fechas de calendario Provincial y Patagónico, en deportes tales como Taekwondo, Basket, Volley, Fútbol, Ping pong, Boxeo, entre otras.

Regularmente este tipo de encuentros deportivos genera que cada día se convoque a más amateurs, que requieren “padrinos deportivos” asociados a figuras reconocidas de cada deporte. Es así como surgen las clínicas deportivas que atraen una gran afluencia de público.

Algunos de los ejes temáticos de capacitación sugeridos son: Lesiones, conducción de grupo, nutrición, primeros auxilios y entrenamiento de alta competencia, entrenamientos complementarios de salud relacionados con la obesidad, sedentarismo y malos hábitos.

C) PROGRAMA DE FOMENTO DE EMPRENDEDORES TURISTICOS LOCALES.

Objetivo:

- ✓ Estimular el desarrollo de emprendimientos turísticos en el destino Guatraché, mediante acciones de fortalecimiento, que permitan diversificar la matriz económica del destino y contribuir al desarrollo turístico de la localidad.

La localidad de Guatraché ha comenzado a visualizar en el turismo una alternativa de desarrollo, a partir de los atractivos turísticos y del patrimonio natural y cultural de la zona. Esto va acompañado de una vocación de servicio de los pobladores que permite pensar en potenciales oportunidades de negocios en el sector. No obstante, la oferta de servicios y actividades turísticas es aún incipiente. Para avanzar en la definición de un rol claro del destino es necesario, además de vocación, superar algunas limitantes al desarrollo de microemprendimientos.

Uno de los desafíos claves es fortalecer la capacidad de las comunidades locales para adaptarse a los cambios del mercado y beneficiarse con las oportunidades de negocios que surgen y se identifican en el medio a partir del desarrollo del turismo, incrementando su vitalidad económica. Este proceso requiere competencias emprendedoras que vayan tejiendo una red social productiva–servuctiva, considerando a la microempresa como unidad económica que genere riqueza y autoempleo.

Bajo esta perspectiva resulta estratégico que se gesten proyectos para el fortalecimiento de emprendedores locales, con la participación activa de las instituciones y organizaciones locales de Guatraché.

En este sentido, este programa está destinado a microemprendedores actuales y potenciales de la localidad, con el fin de desarrollar diferentes proyectos y acciones que dinamicen y estimulen la concreción de emprendimientos que ofrezcan servicios turísticos en la localidad, generando autoempleo y desarrollo local.

Entre los proyectos y acciones propuestas en este programa se contemplan:

PROYECTO DE INCUBADORAS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

La Incubadora de Emprendimientos tiene como actividad principal la selección de emprendimientos nuevos o existentes para su mejoramiento y/o ampliación, con el objeto de asistirlos técnicamente para su desarrollo durante un período previo a la instalación y acompañar su ejecución, incluso asesorando sobre las posibilidades de asistencia económica y financiera hasta que adquieran suficiente autonomía operativa.

De este modo se asiste técnicamente a los emprendedores locales en tres momentos del proceso emprendedor: gestación del proyecto, puesta en marcha y desarrollo inicial.

PROYECTO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDEDORES TURÍSTICOS LOCALES

La actividad turística requiere de recursos humanos calificados para desempeñar una óptima gestión y planificación del negocio. Desde una perspectiva integral resulta estratégico capacitar a los emprendedores locales sobre diferentes competencias que se requiere para la puesta en marcha de un proyecto turístico, así como su planificación y gestión.

Con este objetivo se propone implementar diferentes programas de capacitación, a fin de generar desde el inicio del proceso emprendedor recursos humanos con capacidad de gestión empresarial. Algunos de los ejes de capacitación sobre los cuales se deberán trabajar son: Organización y Administración de Empresas Turísticas, Marketing Turístico, Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos, Recursos Humanos, Comercialización, Asociatividad empresarial, entre otros.

Este proyecto de capacitación deberá complementarse con el proyecto de Incubadoras de empresas, a fin de alcanzar con éxito los resultados buscados, retroalimentando instancias de asistencia técnica y capacitación.

PROYECTO: RED ASOCIATIVA DE EMPRENDEDORES TURÍSTICOS DE GUATRACHÉ

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar la asociatividad microempresaria, estructurando redes asociativas de microemprendimientos turísticos, a partir de la participación voluntaria de emprendedores turísticos, organizaciones intermedias e instancias del gobierno municipal y provincial, tendientes a desarrollar estrategias de competitividad de los emprendimientos y el destino basadas en la asociatividad.

Contempla el diseño e implementación prácticas de asociatividad en los microemprendimientos que coadyuven a la sustentación de una red y contribuyan al logro de alcanzar niveles crecientes de competitividad del destino.

D) PROGRAMA DESARROLLO DE EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA TURISTICA.
--

Objetivo:

- ✓ Optimizar el sistema de apoyo a la actividad turística en Guatraché, promoviendo la inversión pública y privada en equipamiento e infraestructura turística.

PROYECTO: PORTAL WEB DE GUATRACHÉ.

La Red de Internet se ha vuelto una herramienta esencial para la gestión de los municipios y más aún en aquellos que intentan el desarrollo de la actividad turística.

El acceso a la información a través de la red es vital y llega a todos los sitios; esto ha cambiado las costumbres rápidamente, no necesariamente dejando de lado los servicios de agencias, sino multiplicando la accesibilidad al conocimiento de nuevos lugares. Complemento de ello es, sin duda, la multiplicidad de demandas de sitios diferentes, una clara característica de estos tiempos.

La página electrónica debe presentarse de fácil acceso para el potencial turista, y no necesariamente a través de un organigrama municipal, aunque sí en la página oficial.

En dicha página deben estar claramente detallados los recursos y atractivos más destacados, como también los aspectos más originales. Deben presentarse los servicios posibles, con precios y la posibilidad de realizar reservas de ser necesario.

El complemento fundamental en una página de estas características es la calidad de la Galería de Imágenes que debe estar disponibles. Bajo ningún concepto deben permitirse fotos de baja calidad, se recomienda contratar un fotógrafo profesional para que haga el material necesario, incluso cuando se trata de establecimientos particulares.

De igual manera la Dirección Municipal de Turismo y la Dirección Municipal de Cultura poseen buen material al respecto.

Una opción interesante es la de poder establecer un correo con potencial turistas o con personas que han visitado la zona; recibiendo sugerencias y dando lugar a las opiniones.

En este aspecto es importante designar a un responsable del sitio, a fin de que las respuestas y sugerencias sean respondidas y atendidas eficientemente, es decir en tiempo y forma, de otra manera no sería recomendable incorporar este tipo de servicio.

Estando en conocimiento de que varios nacidos en la localidad de Guatraché se encuentran viviendo en otras ciudades y también en otros países, es posible apelar a ellos bajo un sub-proyecto que puede denominarse “Guatraché, siempre será tú lugar” y establecer un periódico electrónico de noticias locales y un sitio donde opinar. La idea es que esas personas, oriundas y conocedoras de los valores locales, puedan potenciar la difusión a través de comentarios o direcciones en sus medios. Asimismo la presencia en redes sociales como facebook o twitter, son de gran relevancia siempre que estén administradas eficientemente.

Este proyecto propone el rediseño del portal web para el Municipio de Guatraché incorporando la nueva identidad visual del destino y haciendo especial hincapié en la oferta turística de la localidad, para lo cual se sugiere

contratar a un especialista en este campo incorporando TIC's innovadoras y atractivas.

PROYECTO: SEÑALIZACION TURISTICA

La nueva señalética facilita la orientación y accesibilidad, indicando a los visitantes, la distancia a los principales recursos turísticos, así como los itinerarios para personas con discapacidad física o movilidad reducida.

Este proyecto tiene como objetivo incorporar Señalización turística en la localidad y facilitar el acceso y disfrute de los atractivos próximos.

En este sentido se plantean criterios técnicos de autoguiado, interpretación y diálogo ético para con los visitantes, donde integrar las zonas turísticas con potencial de visita y los atractivos tangibles e intangibles que el turista vivencia.

Para la instalación de los nuevos soportes informativos se ha tenido en cuenta las diferentes rutas de comunicación en las que se encuentran localizados los principales centros de distribución de turistas, determinando que las ciudades de General Acha, Bahía Blanca, Santa Rosa y Río Colorado son nodos estratégicos para la instalación de un sistema de señalética que combinen información y ubicación de los atractivos de Guatraché.

Estas nuevas señales se ubicarán en puntos estratégicos del casco urbano y en las zonas de especial interés turístico. Deberán ser diseñadas siguiendo los criterios de la identidad visual de Guatraché, teniendo en cuenta los criterios de accesibilidad en cuanto al tamaño, tipografía utilizada y contraste cromático. Se debe elegir un color que de un contraste adecuado sobre las fachadas de ladrillo claro, piedra o paredes blancas. Los textos deben figurar escritos en color que realce al texto, para facilitar la lectura.

- Señales tipo 1: ubicadas una por zona a visitar, con información general de cada área.
- Señales tipo 2: ubicadas frente a los principales atractivos de Guatraché.
- Señales tipo 3: placas ubicadas en la vereda de acceso a los atractivos, que señalicen cada uno de los elementos a observar.
- Señales tipo 4: miradores interpretativos de la ciudad, que destacan distintos paisajes urbanos - rurales a través de su referenciación en fotografías

murales, ubicadas estratégicamente. Se proponen tres carteles de tipo interpretativo, ubicadas en las vistas panorámicas de la ciudad desde el Cristo de la Salud, Oficina de Turismo en estación ferroviaria y Laguna.

En este sentido es dable mencionar que existe un Manual de Diseño del Sistema de Señalética Turística Nacional, el que se recomienda considerar al momento de implementar este proyecto.

El Sistema de Señalética Turística Nacional es de apropiación voluntaria por parte de las provincias, se apoya en un esquema de complementariedad con la señalización existente y da unicidad de contenido y visual al mensaje objeto de la comunicación turística. Se trata de un sistema abierto que tiene en cuenta la identidad de cada región y provincia.

PROYECTO: RECONDICIONAMIENTO DE SISTEMAS DE APOYO

Es muy importante considerar las infraestructuras urbanas en un Plan de Desarrollo Turístico, ya que por un lado mejoran la calidad de vida de los habitantes, lo que trae aparejado una actitud favorable hacia la actividad turística por parte de la comunidad local; y por otro la infraestructura adecuada garantiza una experiencia de calidad para los visitantes.

En este sentido, las redes de agua corriente, los desagües cloacales y sus tratamientos, la infraestructura vial interna y externa, las redes de gas, electricidad y otros, como la televisión por cable o la telefonía celular e internet, son de vital importancia. Dichas infraestructuras deben estar ajustadas al tamaño de la localidad y a su densificación, ya que implican costos muy elevados.

El acceso a Guatraché se ve sumamente dificultado por el estado de las rutas de acceso, especialmente la Ruta Provincial N° 1, la Ruta Nacional N° 35 y la ruta de acceso a la Colonia Menonita.

La repavimentación de la Ruta N°1, proveniente de Santa Rosa es una prioridad que si bien recae en otras orbitas del gobierno, debe estar dentro de las estrategias de gestión.

Debe tomarse en cuenta que los cambios en las infraestructuras intra e inter-provinciales, como por ejemplo esta ruta adecuadamente asfaltada, va a dinamizar el turismo. Esta ruta conecta Santa Rosa, la Reserva Provincial Parque Luro, Macachín, General Campos, Colonia Menonita y Guatraché.

Es importante tener presente que por dicho camino transitan varios camiones en épocas de cosecha, al igual que por la Ruta nacional N° 35, que une las ciudades de Bahía Blanca, Villa Iris, J. Arauz, General San Martín, Guatraché, Padre Buodo y /General Acha. Esta situación y el nulo mantenimiento de las mismas dan como resultado el mal estado de las rutas de acceso.

El camino de acceso a la Colonia Menonita, uno de los atractores importantes que posee la localidad, está en condiciones “intransitables”, es un camino de ripio sin mantenimiento y en muy mal estado, debido al efecto de las lluvias y el tráfico existente. Se recomienda gestionar el mantenimiento y/o la pavimentación de esta ruta ya que constituye una importante vía de acceso para la localidad y genera conectividad con el atractivo referenciado.

En lo que respecta a la pavimentación urbana, se recomienda impulsar a través de la gestión municipal, incrementar la cantidad de calles con asfalto en la localidad de Guatraché, ya que cuenta con muy pocas calles en buen estado. Por ejemplo la calle Rivadavia, acceso a la Terminal de Ómnibus solo posee pocas cuadras de asfalto y la Rotonda que debe realizarse para ingresar a la misma tiene solo un 50% de pavimento lo que genera pozos y desniveles, afectando la seguridad de los vecinos y también afecta a la imagen que se llevan los visitantes de la localidad.

Por otro lado, se recomienda impulsar un PROGRAMA “EMBELLECIENDO MI PUEBLO”, con propuestas de concursos para fomentar acciones particulares de algunos vecinos que se preocupen por embellecer sus propiedades, con pintura de los frentes, mantenimiento de los jardines, etc., así como también el espacio público.

Debe generarse una estrategia de acercamiento entre privados y gobierno, que fortalezca la IMAGEN URBANA DE GUATRACHE. Podría pensarse en un Código de Edificación y un Plan de Ordenamiento Urbano.

Se considera fundamental hacer hincapié en generar una propuesta que atienda la Falta de Iluminación que sufre la localidad. En este sentido se propone realizar un convenio con la Cooperativa de Electricidad de Guatraché, a fin de instalar Farolas de baja altura en la Calle Ceballos (calle principal) y en todas las calles mas transitadas, puede tomarse como modelo la iluminación del Boulevard del Centenario, que posee un adecuado diseño y resolución estética, con facilidades como bancos, cestos de basura y farolas de baja altura que brindan una Imagen de calidad para quien transita por el lugar. Puede pensarse además en la iluminación de los Edificios Históricos como una acción de la puesta en valor de los mismos.

En lo que respecta a la Terminal de ómnibus, si bien su reacondicionamiento fue en el mes de Abril podría pensarse a largo plazo, en una posible relocalización, mas alejada del centro urbano y con mayor margen de maniobra para coches de gran porte.

Seria recomendable gestionar nuevas concesiones con servicios de transportes con otras empresas que ingresen a la localidad, líneas del grupo VIA Bariloche como Albus, El Valle y Vía Bariloche propiamente dicha y otras alternativas. Esta situación seria más factible si se pavimentara la Ruta N°20, como una alternativa que une Buenos Aires con el Alto Valle de Río Negro, de esta manera también se daría respuesta a varios factores como la conectividad con la Colonia Menonita.

La localidad de Guatraché no posee una amplia oferta de servicios de corta distancia hacia Santa Rosa o Bahía Blanca, por lo que una línea interesante de inversión seria la frecuencia de transporte.

Es necesario hacer un plan de inversiones en Infraestructura y equipamiento, en este punto el equipo técnico durante la segunda etapa propone colaborar en el acompañamiento y asistencia técnica para la gestión y puesta en marcha de las mismas, que dependerá de la gestión de fuentes de financiamiento factibles y viables en el mediano plazo.

7.3. LINEA 2 – DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING TURISTICO



Diseño e implementación de estrategias de marketing turístico mediante la definición del perfil turístico de Guatraché, la identificación y priorización de productos-mercado, posicionamiento y estrategias genéricas de mercado.

Objetivo: Definir los ejes de gestión marketing para Guatraché, y plasmarlos en programas desde una visión integral.

Estrategia genérica

Las características de la oferta y las condiciones actuales de los servicios implican la necesidad de orientar la estrategia genérica. En función del análisis de la oferta y de las características relevadas de los mercados actuales y potenciales, se considera que corresponde una estrategia genérica de enfoque, con cierta diferenciación a futuro.

Teniendo en cuenta la situación competitiva de Guatraché, se destaca el aspecto más profundamente arraigado y notorio de la localidad: el campo. Esta expresión es la más común entre la gente de la zona para referirse a su territorio y la apropiación de los espacios en el mismo. Constituye el rasgo característico que aporta por un lado fuerte identidad, y por otro genera atractivo para segmentos de mercado específicos.

También es posible también pensar un escenario en el cuál Guatraché pudiera asociarse a otras localidades de la zona y plantear algún corredor o una ruta, como forma de complementar atractivos y servicios.

En ese sentido, y tal como fuera definido en los objetivos de este plan, la propuesta se convierte en una herramienta para la gestión turística en condiciones contextuales diversas.

A continuación se presentan sintéticamente los programas y sus objetivos, así como la mención de los proyectos en cada caso:

- A) PROGRAMA DESARROLLO DEL PERFIL DE DESTINO
- B) PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL Y POSICIONAMIENTO
- C) PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS
- D) PROGRAMA DE OFERTA COMERCIAL GUATRACHÉ
- E) PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

A) PROGRAMA DESARROLLO DEL PERFIL DE DESTINO

Objetivo:

- ✓ Desarrollar el perfil turístico de Guatraché a partir de la participación de la comunidad y el análisis técnico de su potencial.

El **marketing turístico** es una herramienta que aporta una función puntual en la economía, esto es, vehicular la forma más eficiente de encuentro entre la oferta y la demanda. Desde ese punto de vista, en muchas ocasiones se ha tomado literalmente como idea central convertir todo en un producto susceptible de transacción comercial. Sin embargo, ese pensamiento reconoce algunos límites claros y uno de ellos refiere a las comunidades que buscan en el desarrollo del turismo y la recreación una alternativa para su futuro.

Guatraché posee un perfil centenario asociado a la actividad productiva agrícola – ganadera, por lo que partimos de una base fuerte que aún hoy se mantiene.

En términos de la estrategia, las opciones pasan por relanzar Guatraché asociado a un perfil nuevo, con determinadas actividades turístico – recreativas o apoyarse fuertemente en la base ya existente e instalada en los mercados.

La necesidad de definir un perfil de destino con la participación de los actores sociales es otro de los aspectos clave a considerar. El equipo técnico tiene la

capacidad de definir el perfil, pero también tiene la responsabilidad de que esa definición surja y pueda ser apropiada por los protagonistas de este plan de desarrollo.

De las entrevistas y los talleres realizados se han planteado como productos prioritarios la Laguna de Guatraché y las Termas. Aparecen como oportunidades a fin de estructurar ofertas comerciales concretas, la visita a la Colonia Menonita y las actividades de caza, en una modalidad que no responde a la clásica de cotos de caza y por ello, permitirían atraer a segmentos de mercado accesibles para Guatraché y los servicios que posee.

A partir de los espacios de consulta y taller y teniendo en cuenta además los aspectos mencionados con anterioridad, es posible tomar una primera definición estratégica: que **el eje del perfil y luego de posicionamiento de la localidad sea lo rural – el campo.**

Esta definición plantea como ventajas:

- No es necesario forzar una imagen que no se posee.
- La población se siente identificada con el perfil de campo.
- El posicionamiento de La Pampa está asociado al campo y la caza.
- Hay posibilidad de armar productos sencillos capaces de atraer una demanda regional mientras internamente, se generan posibilidades de asociativismo.

El desafío que se presenta es cómo lograr la diferenciación de otras ofertas que parten de la misma base, contando con mejores infraestructura y equipamiento. Esto requiere planificar el desarrollo de la localidad como un proceso evolutivo planteado en diferentes momentos. En primer término, es fundamental el trabajo de sensibilización y capacitación a medida que se va consolidando una experiencia de atención de los visitantes del mercado regional. Será esa práctica acumulada y la orientación de las inversiones las que configuren el nuevo escenario para seguir avanzando en el desarrollo turístico – recreativo de la localidad.

En el marco de uno de los beneficios que este plan pretende aportar, esto es el pensamiento estratégico a partir de una combinación entre participación ciudadana y trabajo técnico, es que se planteó la necesidad de trabajar aspectos vinculados al marketing en los espacios participativos y de encuentro previstos en la planificación.

Así se mencionaron como beneficios que Guatraché tiene para ofrecer:

- Tranquilidad
- Relax
- Cultura
- Vida rural
- Seguridad
- Ambiente natural

Retomando estas ideas, se trabajó en taller para poder profundizar sobre aspectos que refieren a la experiencia de quién visita la localidad. Pensando desde el turista o recreacionista que llega, fueron surgiendo posibles prestadores de servicio y artesanos de productos vinculados a la vida rural, como por ejemplo cuchillería y artesanías criollas, cabalgatas, nuevos establecimientos de turismo rural, que dan lugar a una oferta de perfil claro y con una diversidad interesante de prestadores.

Poniendo la mirada en el turista, emerge como elemento a ser trabajado fuertemente la cartelería en ruta y la señalética para mejorar un aspecto central: la accesibilidad.

Surgió como ítem importante la seguridad en la experiencia del visitante, y por ello debe ser contemplada en las acciones previstas en este plan.

En ese repaso de los atractivos de la zona y de las posibilidades de cada uno, este equipo técnico agrega uno, y es el valor de la gente que habita la localidad. Lo que el común de la población podría denominar: “gente de campo” definición que importa conceptos tales como: sencillez, honestidad, hospitalidad, transparencia, practicidad entre otros. Es decir, toda una serie de

características muy atractivas para quien visita un lugar y que constituyen un valor que es importante potenciar, así como que los pobladores tomen conciencia del mismo.

Tal como se mencionara en el informe parcial, las definiciones precisas en términos de marketing comenzaron a ser trabajadas, ya que la propuesta participativa implica esfuerzo, y cierto manejo de los temas por parte de los asistentes.

Ese, es un tiempo que no se prevé en las planificaciones y registros y que luego (como ahora) requiere un momento especial.

La incorporación del turismo como actividad, el reconocimiento de sus alcances, lleva un período de tiempo que es necesario respetar en la comunidad y sus actores más relevantes, a fin de que esta propuesta cuente luego con protagonistas preparados y dispuestos.

A medida que se avanza en el trabajo aparecen nuevos actores, nuevos componentes para agregar valor a los productos identificados, nuevos datos que pueden aportar a las estrategias de marketing, y que se suman al hecho de que los propios habitantes de Guatraché siguen poniendo en valor su patrimonio cultural y natural para gestionarlo de manera conveniente y sustentable.

Se trabajó fuertemente y en paralelo, con la consolidación de una oferta comercial incipiente y el cambio de actitud en la comunidad receptora que requiere la llegada de la actividad turística.

Desde el análisis del funcionamiento interno, se espera que ese cambio de mirada y de actitud se traduzca en acciones concretas como por ejemplo: la iluminación en el pueblo o los horarios de atención de los comercios. Para esto, es necesario destacar otro valor intangible que fuera expresado en los diversos talleres: “la gente que se acerca a participar lo hace porque quiere que el pueblo esté mejor y pensando en sus hijos y nietos.”

En otro orden, se menciona que uno de los objetivos principales de este plan, es promover la articulación del desarrollo turístico con las demás actividades productivas del área y su integración al sistema turístico provincial.

Desde esa definición de perfil tomando como base la realidad y el posicionamiento actual de la localidad en los mercados, resulta más sencillo promover la articulación de turismo y otras actividades. Esta ha sido también una expectativa expresada por algunos actores respecto al rol del turismo en el marco de la dinámica económica zonal. Diversificar la matriz económica como objetivo, con la actividad turística como estrategia.

Al ser esta localidad de base rural – productiva, no se plantean - en principio - conflictos sino justamente situaciones de complementariedad que requieren de los programas de capacitación y sensibilización para cristalizarse.

Productos priorizados

Los atractivos priorizados por los asistentes a los talleres son básicamente: Laguna Guatraché y Parque Termal Laguna Guatraché, así como todo lo que implica la vida de campo – rural en términos de sus formas, costumbres, gastronomía, fiestas, actividades típicas entre otras. Asimismo, se mencionó como una oportunidad la proximidad de la Colonia Menonita en función del atractivo que genera para los visitantes.

En ese escenario y teniendo en cuenta las definiciones estratégicas previas, existe una diversidad de elementos para poder integrar a fin de conformar un producto concreto.

El patrimonio natural y cultural puesto en valor permite además afianzar la identidad local al tiempo que bien canalizado podrá ser una forma de incrementar en el número de visitantes.

Con respecto al posicionamiento hoy está dado por la ruralidad y por otra parte la vinculación con la laguna y las actividades que allí se desarrollan en la temporada estival. La recolección de información, tanto externa como interna fue aproximando una definición cada vez más precisa del posicionamiento de Guatraché para que el mismo:

- Resulte atractivo para los mercados que intenta atraer

- Responda efectivamente a los atractivos y actividades que efectivamente posee
- Permita diferenciar la oferta de la localidad de otras con las que podría eventualmente competir.

Se presenta a continuación un cuadro síntesis de lo expuesto:

Línea	Programa	Proyectos
Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico	Desarrollo de un perfil de destino	Identificación y priorización de productos - mercados
		Capacitación y sensibilización
		Articulación del turismo con las demás actividades económicas

B) PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL Y POSICIONAMIENTO

Objetivo:

- ✓ Acercar la oferta comercial turística – recreativa de Guatraché a los públicos definidos con una baja inversión por impacto, y posicionar la marca Guatraché y los beneficios asociados a la misma en los mercados seleccionados.

La siguiente propuesta de comunicación retoma la idea del desarrollo de la localidad en momentos, y reconoce la definición y jerarquización de los productos concretada en los diversos talleres realizados con la comunidad.

El perfil: si bien el perfil definido para Guatraché está asociado a lo rural, el relevamiento de sus atractivos y la capacidad de alojamiento que posee

suponen la responsabilidad de definir límites claros a la propuesta de comunicación. Apuntando por un lado a las satisfacción de los visitantes, y por otro al compromiso con la comunidad receptora de plantear el turismo como una alternativa económica integrada armónicamente con el resto de las actividades que se desarrollan en el pueblo.

Montos de inversión: la propuesta considera un aspecto clave en torno a la comunicación; las limitaciones presupuestarias para las campañas. En este sentido se pretende posicionar a través de una marca sencilla, que transmita armonía y equilibrio tal como es el pueblo y su gente.

La búsqueda supone transmitir los mensajes de manera clara y simple, anclando textos breves con fotografías y / o videos de mucha fuerza visual, referidos a los principales atractivos de la zona.

Multiplicidad de soportes: cartelería, señales, página web, folletos, banners, son aplicaciones posibles de la marca. Por ello, se plantea desde su definición una economía de recursos que facilite la reproducción en diferentes instrumentos.

Articulación – complementariedad: ambas propuestas contemplan la posibilidad de articular diferentes atractivos, dimensiones, sentidos, bajo lo que en definitiva constituye el eje de posicionamiento: el nombre de la localidad como marca y su asociación a lo rural, pero desde una mirada que permita incorporar la actividad turística recreativa.

Propuesta 1: esta tiene como eje a los sentidos, y todo lo que Guatraché puede ofrecer al visitante como experiencia vivencial. Está planteada desde allí asociándolos con diversos y representativos atractivos de la localidad.

La idea es que cada sentido, se asocie a un atractivo, tal como fueron reconocidos y valorados en los talleres.

Si bien la propuesta es básica y elemental permite mostrar los atractivos desde otro lugar y componer en definitiva la experiencia sensorial Guatraché.

Sentidos - línea	Imagen asociada
Aromas de Guatraché	Comida, flores, plantas
Colores de Guatraché	Atardecer en la laguna
Sonidos de Guatraché	Aves, Campo (calma)
Sabores de Guatraché	Comidas típicas, de las colectividades
Texturas de Guatraché	Campos, árboles, tierra labrada
La gente de Guatraché	Habitantes, diversos sonrientes transmitiendo la calidez y cordialidad

**EXPERIENCIA
GUATRACHÉ**

Propuesta 2: la segunda plantea como eje al visitante. Articula de la misma manera que la anterior para redondear todo lo que Guatraché ofrece en términos de satisfacción de necesidades.

Preguntas	Atractivos asociados a satisfacción
¿Necesitás colores inolvidables?	Laguna, flora, paisajes.
¿Necesitás relax en un entorno natural?	Termas, senderos, laguna
¿Necesitás volver a nuestras raíces?	Tradición – historia- costumbre - gastronomía
¿Necesitás una gauchada? o ¿necesitás cordialidad?	La gente, los pobladores y prestadores de servicio de Guatraché

**NECESITÁS
GUATRACHÉ**

La armonía, el equilibrio, la calidez, la esencia, los valores rurales, la vida de campo, la vivencia rural, el entorno, la historia, la cultura del trabajo, el aire libre, la gastronomía recorren cada una de las propuestas.

Se plantean como propuestas que de ser necesario pueden ser trabajadas de manera integrada, es decir combinando la visión oferta – demanda.

Posicionamiento de Guatraché

Frase de posicionamiento: de acuerdo a la información obtenida en el diagnóstico y la recabada en los talleres y entrevistas, se consolidó la idea de una localidad asociada directamente a lo rural – campo.

Uno de los puntos fuertes de esta adjetivación es que los pobladores de la localidad se sienten identificados con esa denominación. Esta idea de posicionar la localidad a partir de un rasgo tan imbricado con la identidad del lugar generó varias opciones de frase de posicionamiento, aunque finalmente se seleccionó: Guatraché – Esencia de campo.

Esta expresión tiene otra gran implicancia que no solo es técnica sino social económica y cultural. Una de las grandes definiciones surgidas de los talleres con la comunidad es que el turismo viene para presentarse como una alternativa a las actividades que el pueblo ya tiene, es decir la esencia no se modifica, simplemente se harán las adaptaciones de forma, destinadas a tornar más accesible la oferta a los mercados, en principio cercanos como pueden ser Santa Rosa o Bahía Blanca.

De acuerdo a la estrategia genérica seleccionada, el trabajo de posicionamiento no puede plantearse únicamente en términos de comunicación, es así que la experiencia de trabajo con los turistas y recreacionistas que lleguen a Guatraché irá también marcando posicionamiento entre los consumidores. Esto implica que la prestación de servicios constituye en el marco de la experiencia vivencial un aspecto central.

Propuesta: Una Identidad Visual para Guatraché

La identidad visual de un destino turístico es una de las estrategias de marketing prioritarias que permiten operacionalizar las acciones de comunicación y promoción.

Dicha identidad esta constituida por signos de identificación de un destino turístico, que asocian a la imagen el concepto de representación visual del

mismo, a partir de su nombre de marca, logotipo, frase de posicionamiento y los diversos soportes de comunicación y aplicaciones utilizadas en el material promocional, objetos de merchandising e internet,

En este sentido se considera necesario efectuar un rediseño de la actual identidad visual de Guatraché a fin de lograr un óptimo posicionamiento del destino en los diversos mercados meta,

Es por ello que a continuación se presenta una propuesta de identidad visual que pretende resignificar el nombre de marca del destino así como su logotipo, incorporando signos y elementos de identificación visual y una nueva frase de posicionamiento: Guatraché – Esencia de Campo.

Esta propuesta constituye un avance del Proyecto “Una Identidad Visual para Guatraché”, que se considera pertinente llevar a cabo en una segunda etapa de este plan. Sin embargo se entendió prioritario comenzar a trabajar en esta línea a fin de plantear resultados concretos a las necesidades detectadas en el diagnóstico de este estudio.

Asimismo esta propuesta será consensuada con los gestores del destino y la comunidad local de Guatraché, a fin de consolidar una identidad colectiva que permita proyectar una imagen auténtica y atractiva del destino.

A continuación se presentan bocetos de esta propuesta de Identidad Visual para Guatraché:

- ✓ La imagen propuesta integra los símbolos del caldén, la laguna, las aves y el cielo pampeano, tomado el ambiente natural y rural como íconos destacados de la localidad de Guatraché.
- ✓ El logotipo, Guatraché, con una nueva tipografía complementa la imagen.
- ✓ Las palabras referenciales que acompañan al conjunto: “Esencia de Campo” y “La Pampa – Patagonia Argentina”.



GUATRACHÉ

Esencia de campo









A continuación se presenta un cuadro síntesis de los proyectos que integran el Programa de Comunicación Integral y Posicionamiento:

Línea	Programa	Proyectos
Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico	Comunicación Integral y Posicionamiento	Plan de comunicación
		Identidad visual de Guatraché.
		Aplicación de la marca, cartelería y señalética.

C) PROGRAMA DE OFERTA COMERCIAL GUATRACHÉ

Objetivo:

- ✓ Establecer en la primera etapa lineamientos para el desarrollo y definición de los componentes del mix de marketing.

Consideraciones acerca al diseño del marketing operativo

En la primera parte de este estudio, el equipo señaló que sería poco serio incluir aquí una propuesta de oferta comercial concreta en tanto se continuaba completando el registro de prestadores de posibles servicios y los asistentes a los talleres iban incorporando la idea de turismo, la visión del visitante y la puesta en valor de los atractivos o actividades que se pueden ofrecer.

Los avances en torno al diseño de una oferta comercial concreta se desarrollaron mediante los talleres, donde los actores que asistieron aportaron sus ideas y experiencias para el desarrollo de un registro de prestadores y artesanos. Asimismo, reflexionaron acerca de las costumbres de la vida del

pueblo que pueden afectar la experiencia del visitante (horarios comerciales, iluminación, cartelería, entre otros).

Aquello que en principio constituía el objetivo de lograr ofertas comerciales concretas, derivó en una verdadera valoración del patrimonio y la comprensión de la posibilidad y el orgullo de poder ofrecer todo aquello que “nos hace como somos”, lo cotidiano de Guatraché como valor.

Paralelamente, se han identificado mercados regionales, atractivos y accesibles para comenzar a organizar un mix de marketing que permita competir en los segmentos que allí se definan como prioritarios.

Una vez concretados los adelantos en ese sentido, se propuso la posibilidad de comenzar con actividades, el hecho de organizar un fam – tour a fin de que los beneficios del turismo se puedan vivenciar en hechos concretos. Una forma de ir acumulando experiencia de trabajo y además para que la población pueda vivenciar la experiencia Guatraché como anfitriona.

En cuanto al desarrollo de ofertas comerciales concretas, los talleres resultaron esclarecedores en ese sentido. Fueron surgiendo en ese ámbito nuevos atractivos asociados al perfil definido y al posicionamiento propuesto. Sirve como ejemplo mencionar a los artesanos, cuyas producciones se fueron conociendo a lo largo del trabajo de campo y donde cada uno agrega diversidad a una importante cadena de valor.

Emerge entonces la posibilidad de propuestas asociativas, cuya concreción es más sencilla en una sociedad acostumbrada a los espacios colaborativos y al trabajo conjunto en pos de la visión de localidad que pretenden.

Lineamientos generales respecto de precios:

Con respecto a la variable precio el desafío ha sido establecer los criterios a partir de los cuales los prestadores definen sus precios.

Las definiciones de precios a nivel localidad tienen una mayor complejidad que en la unidad productiva. Distintos prestadores, con diversa capacidad, servicios, estructura de costos, van a competir en ese lugar. Sectores o agrupamientos empresarios con intereses sectoriales le imprimen a la dinámica económica una complejidad creciente.

¿Cuáles pueden ser, en ese marco criterios considerados apropiados? La realidad plantea que el tipo de mercado, costos y el tipo de cliente son los factores a considerar inicialmente.

En el caso de Guatraché teniendo en cuenta las características de su oferta, y las estructuras de costos que las empresas tienen, se convierte en relevante el tipo de visitante que llega y llegará a la localidad.

En ese sentido, comenzar a reconocer los beneficios buscados por los turistas. Es decir aquellos espacios, momentos, atractivos, a los cuales se les otorga un valor y por los cuáles se está dispuesto a realizar un gasto. Los turistas cuentan en general con experiencias de viaje y tienen muy en claro la relación costo – beneficio y la disposición al gasto en determinados centros.

La autenticidad, la naturaleza, la tranquilidad, la vida rural y la seguridad son atributos de la localidad ponderados por los segmentos de mercado. El desafío es ajustar los niveles de precio para lograr un mix atractivo, que contemple una buena relación precio – calidad y una combinación de servicios que aporte satisfacción en el marco de la ruralidad.

Lineamientos generales respecto a producto:

Si bien este informe expone en el apartado de Desarrollo de la oferta: el detalle en cuanto a turismo termal, turismo rural, menonitas y caza, es dable mencionar algunas cuestiones que no por generales resultan menores, y que además encuentran una fuerte base de sustentación en la realización de los talleres.

La necesidad de tener una visión que articule los productos y otorgue diversidad y flexibilidad. Más allá de las ofertas individuales es importante que el turista perciba en su estadía el diseño de los servicios desde el beneficio vivencial.

Incorporar la experiencia del visitante como base para la organización de las actividades, agrega valor. Esto implica diseñar una oferta adaptada al tipo de grupo, tiempos, intereses y estadía de los visitantes por citar algunos a modo de ejemplo.

Aquí convergen la capacitación, los programas de sensibilización y de apropiación y valoración patrimonial dado que para el diseño de el o los productos, es necesario atender al funcionamiento de la cadena de servicios que van desde el transporte a la alimentación, así como contar con personal preparado para la atención al cliente.

La lectura de los mercados y sus necesidades son la base para el desarrollo de productos, que requerirán la lectura de las tendencias que a nivel social, económico y cultural se dan en los centros que concentran los segmentos de mercado que atenderá Guatraché.

Este punto es interesante en tanto la estrategia definida implica generar acciones sobre la demanda, entre las cuáles se considera el monitoreo de segmentos de interés, al menos en los mercados geográficamente cercanos de Guatraché.

El trabajo con cartelería y señalética, la capacitación y sensibilización constituyen ejes sobre los cuales debe apoyarse el desarrollo de productos de Guatraché.

La comida casera, el entorno natural, el ambiente rural, la gente y su cordialidad, una tranquilidad y seguridad que los centros urbanos ya no brindan, constituyen indicadores sobre los cuales diseñar productos que bien comunicados serán de atractivo para segmentos substanciales y accesibles.

Lineamientos generales de comercialización:

En principio la estructura de comercialización deberá ser sencilla y contar con el monitoreo de los diversos actores que integren por ejemplo, la Agencia de desarrollo turístico de Guatraché. El sentido de ese monitoreo es ir registrando y evaluando el resultado de las decisiones, dado que la comercialización es una de las funciones importantes de la actividad ya que fija los mecanismos para que el cliente pueda acceder a la información, reservar y comprar los servicios.

Facilitando la compra, haciendo accesible al visitante la oferta de actividades y servicios, se logrará consolidar canales que permitan concretar ventas, para ello la página web con diseño y formato renovado posibilita explorar nuevas formas de comunicarse y comercializar.

Los circuitos productivos en los cuales la localidad ya tiene una presencia consolidada pueden utilizarse para la comunicación de la nueva propuesta turística, para potenciar los esfuerzos de comunicación y comercialización con el uso de recursos disponibles.

Respecto a los intermediarios, en general la idea inicial es comercializar de manera directa. En el futuro puede explorarse la posibilidad de hacerlo a través de intermediarios teniendo en claro las condiciones de negociación y los beneficios que este esquema aporte.

Lineamientos generales de comunicación:

Incorporar la actividad turística en la localidad permite agregar a la matriz productiva otra línea de trabajo. Sin embargo, consolidar esta nueva propuesta requiere un esquema de comunicación que logre transmitir e instalar la alternativa turística en Guatraché como una opción válida fruto de un trabajo técnico y de una política municipal.

La realidad expuesta en el diagnóstico y relevamiento revela 99 plazas hoteleras luego, la mayor cantidad corresponde al alojamiento extrahotelero: el camping. Es decir, que para la definición de una política de comunicación responsable es necesario partir de la capacidad real que en términos de servicios posee la localidad, a fin de dar respuesta satisfactoria a los visitantes.

Aunque parece un aspecto obvio, permite dimensionar el alcance de las campañas de comunicación a fin de no generar efectos contraproducentes.

Sencillez, cordialidad, calidez son características asociadas al perfil rural – campo que deben reflejarse a lo largo de toda la campaña de comunicación. En la misma es necesario definir claramente los mensajes para los diversos públicos, considerando segmentos de mercado, medios de prensa, instituciones públicas, redes de prestadores de servicios de turismo rural, entre otras.

La cuestión presupuestaria es siempre un condicionamiento importante al momento de definir las acciones de comunicación. Las formas asociativas, entre municipios, organismos públicos, y con el sector privado representan oportunidades de concretar iniciativas que desde lo individual se tornan de improbable concreción.

La comunicación con los diferentes públicos de Guatraché supone desde lo operativo supone facilidad para los cambios. Sin embargo lo recomendable es sostener la difusión en base a la imagen que se desea instalar. La continuidad, como forma de trabajo y requisito para lograr el posicionamiento deseado en el tiempo.

A continuación el esquema síntesis:

Línea	Programa	Proyectos
Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico	Oferta Comercial de Guatraché	Desarrollo de productos
		Precios competitivos
		Comercialización directa e indirecta
		Comunicación eficaz

El acompañamiento en el marketing operativo: una necesidad que no debe soslayarse.

Un punto importante en el trabajo a desarrollar con los aspectos más operativos, es el asesoramiento técnico continuo. De esta forma, los gestores del plan se aseguran la posibilidad de cometer menos errores en la implementación, ahorrar tiempo, ganar confianza y visión en cuanto a las posibilidades que aportan otras experiencias de trabajo.

Insistimos en destacar este punto, ya que las definiciones estratégicas se complementan y terminan de concretar con las acciones operativas, pero a su vez es en estas últimas donde el abanico de posibilidades se abre. Muchas

veces la ansiedad de concretar en los tiempos de gestión, refuerza la importancia del acompañamiento técnico del proceso.

Se cuenta sin embargo con un recurso adicional “la gente”, el potencial de un pueblo preocupado por el futuro de “su” pueblo, es una enorme fuerza para concretar estrategias de desarrollo.

D) PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN y SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Objetivo:

- ✓ Desarrollar un área que genere, concentre y gestione información sobre los mercados actuales y potenciales, y que permita realizar una segmentación eficaz.

Este programa pretende indagar en los mercados potenciales y las características de los actuales, a fin de desarrollar una base de datos sobre demanda turística; y aportar elementos a la toma de decisiones en general y de marketing en particular.

Encuestas sencillas con variables centrales son instrumentos de bajo costo y de gran utilidad para la conformación de las bases de datos que permitan incluso construir series históricas que pueden cotejarse con las actividades desarrolladas en comunicación, a fin de analizar los resultados.

El seguimiento del comportamiento de compra en la localidad y de las pautas de consumo en general de los segmentos de mercado de interés son tareas a realizar. A través de proyectos sencillos, es posible ingresar en esta parte del marketing que implica un aspecto central, el análisis de las necesidades de los turistas para el diseño adaptado de servicios.

Asimismo, a medida que se avance en esta línea se podrá ir trabajando en profundidad un esquema de segmentación que ayude a la mejor definición del mix de marketing.

Línea	Programa	Proyectos
Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico	Investigación de Mercados	Sistema de encuestas
		Base de datos
		Análisis de las tendencias y comportamientos de compra de segmentos en centros emisores.

E) PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

Objetivo:

- a. Gestionar en base a calidad en el marco del perfil y objetivos propuestos.

La experiencia acumulada con el trabajo turístico a la que se hacía referencia es útil en la medida que además de ayudar a mejorar, sea debidamente sistematizada, y esté disponible para el proceso de toma de decisiones.

Convertir al turismo en un valor agregado de la localidad de Guatraché requiere ir concretando acciones que den cuenta de su proceso evolutivo, así como de su importancia económica.

Pensar en la comunidad receptora y en las necesidades de los visitantes es uno de los ítems de la responsabilidad social aplicada al marketing. Esta visión supone una mirada integral de la gestión marketing, inclusiva de la dimensión ambiental, social y económica, y con visión temporal de mediano y largo plazo.

Uno de los insumos de una estrategia de mejora continua es la gestión de las quejas y reclamos que se presenten, para poder atenderlos rápidamente y para

dar cuenta de las soluciones de fondo a las problemáticas que dieron lugar a estos reclamos.

Solo la evaluación de desempeño de los actores involucrados, de los gestores, de los espacios como la unidad de desarrollo turístico, permitirán realizar el control de gestión necesario para profundizar un proceso de mejora continua.

Por sus características, la gestión marketing muestra claramente su integración con el resto de los programas: sensibilización y capacitación, gestión turística, y desarrollo de la oferta. Esto es importante en tanto no hay repetición de programas o proyectos sino una sinergia que potencia el funcionamiento integral de la propuesta.

Línea	Programa	Proyectos
Desarrollo de Estrategias de Marketing Turístico	Evaluación de desempeño	Monitoreo del desempeño público - privado
		Sistema de gestión de las quejas
		Directrices de calidad para experiencias de turismo rural

7.4. LINEA 3 – GESTION TURISTICA LOCAL



Fortalecimiento de la gestión turística integrada de Guatraché como destino turístico, mediante la articulación del sector público y del sector privado.

Objetivo:

- b. brindar herramientas para una gestión turística eficiente de Guatraché, que fomenten el desarrollo local y la gestión integrada del destino.

A) PROGRAMA AGENCIA DE DESARROLLO TURISTICO LOCAL

Este programa contempla todos aquellos instrumentos considerados significativos para una gestión articulada entre los sectores público y privado vinculados de manera directa o indirecta al desarrollo turístico.

Se intenta crear espacios que aumenten las posibilidades de compartir decisiones, enfoques y acciones sobre el desarrollo de la actividad, de tal forma de abonar el crecimiento del llamado “capital social”. El saber hacer de los individuos conjugados en acciones de grupo, constituye un insumo básico para el desarrollo local y, con el lineamientos, se busca reducir las decisiones personales –sean políticas o técnicas para producir diversos ámbitos de gestión articulada.

Los instrumentos se caracterizan también por buscar la manera de “adueñarse” desde lo local, del éxito de los proyectos. Esto implica un mayor esfuerzo de parte de todos los sectores, ya que se intenta pasar de un esquema de “pedir”

inversiones a otros niveles de gobierno o a particulares de otros sitios, y crear verdaderas oportunidades para los residentes.

El fin último es adquirir los instrumentos y herramientas necesarias para que los habitantes de Guatraché, se constituyan como verdaderos protagonistas del desarrollo de la actividad turística.

PROYECTO: AGENCIA DE DESARROLLO TURÍSTICO O ENTE MIXTO

Objetivo: brindar las herramientas básicas de conformación de un organismo participativo y colaborativo a fin de instrumentar y ejecutar los planes, programas y proyectos turísticos de la localidad.

El objetivo de la agencia o ente mixto de desarrollo turístico es, sin duda, brindar las oportunidades de acceso al turismo como actividad productiva, al conjunto de la población y, en particular, a los actores relacionados directa e indirectamente con el turismo.

Las agencias de desarrollo turístico (ADT), son modos innovadores de organización a nivel local, a través de las cuales los actores locales de manera concertada e independiente toman decisiones sobre las diferentes propuestas e iniciativas de desarrollo turístico; garantizando al mismo tiempo, las condiciones técnicas y de recursos que permitan viabilizar a las mismas.

En este sentido, el proyecto de creación de la agencia de desarrollo turístico supone la creación de una herramienta válida que apunta a contribuir al desarrollo económico y social de de la localidad de Guatraché, por medio de la oferta de servicios a las empresas, a los emprendedores y al propio gobierno, fomentando la innovación, la cooperación y la competitividad en el mercado turístico local y regional.

Es importante delimitar las funciones que la Agencia llevara a cabo, ya que este proyecto no intenta en nada suplantar a las funciones que lleva adelante la Dirección de Turismo; sino que implica un trabajo articulado entre ambas.

La Agencia de Desarrollo Turístico o Ente Mixto debe tener definidas sus funciones que básicamente son:

- 1) Impulsar el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable,
- 2) gestionar a nombre de la comunidad los diversos proyectos de orden provincial, nacional o internacional, cuando sea el caso,
- 3) promover todas aquellas acciones de articulación con sectores locales o regionales que impacten sobre el Plan y,
- 4) determinar las prioridades de ejecución de los proyectos, en función de su camino crítico, su relación esfuerzo/éxito, su factibilidad y viabilidad.

Resulta esencial que el primer paso sea dado por la formulación de un proyecto de ordenanza que de cuenta de la misión, funciones y conformación de la Agencia de Desarrollo Turístico Local.

Claramente, la agencia de desarrollo tendrá por finalidad la realización de actividades tendientes a: la generación de estímulos a las políticas turísticas de desarrollo, ayudas para la mejora de la productividad y competitividad de las empresas turísticas, fortalecimiento del capital social y humano, estímulo a la formación de una nueva cultura empresarial y, a la radiación de empresas proveedoras de servicios turísticos.

Pero también, tendrá a su cargo la identificación de las necesidades económicas insatisfechas y el potencial productivo del ámbito de influencia; la evaluación y formulación de proyectos de inversión locales; la puesta en marcha de programas de capacitación, así como la educación empresarial y técnica para la micro y pequeña empresa; la gestión de aquellos recursos financieros y técnicos para poner en marcha los proyectos de inversión, el fortalecimiento para la pequeña producción y; el diseño de herramientas innovadoras para el acceso al crédito a grupos organizados.

En este marco y de acuerdo a lo indicado en el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de MINTUR, sobre la creación de agencias de desarrollo turístico, sería importante considerar la posibilidad de solicitar asesoramiento para su conformación y gestión.

B) PROGRAMA DE REGLAMENTACION TURÍSTICA

Este programa tiene como objetivo la creación de un registro de Prestadores Turísticos de la localidad, definiendo condiciones, requisitos que deben cumplir y procedimientos administrativos, para asegurar una oferta turística de calidad y de seguridad.

En este sentido se deben crear instrumentos jurídicos como ordenanzas municipales para reglamentar, fiscalizar y monitorear los prestadores de servicios y actividades turísticas en el ámbito municipal.

Asimismo se debe crear un sistema de fiscalización de los prestadores de servicio y actividades, a fin de garantizar la calidad de los servicios turísticos, creando un sistema continuo de monitoreo y control.

Entre las actividades y servicios a considerar se encuentran: alojamiento, gastronomía, guías turísticos locales, caza menor y mayor, agencias de viaje y turismo, prestadores de actividades turísticas como: cabalgatas, avistaje de aves, aventura, entre otros.

Es importante destacar que la reglamentación en el ámbito municipal debe responder a la legislación vigente en el ámbito provincial y nacional, en caso de existir normativas aplicables a cada uno de estos servicios y/o actividades.

C) PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTION MUNICIPAL

Objetivo:

- ✓ Brindar capacitación y formación a los recursos humanos de la Municipalidad de Guatraché en diferentes áreas de la organización de acuerdo a los perfiles laborales y puestos de trabajo.

Proyecto: Gestores Públicos en Turismo

En el contexto actual, resulta de fundamental importancia una adecuada formación de los recursos humanos - tanto del sector público como de las empresas del sector privado - para fomentar y desarrollar la expansión turística en la región, a fin de hacer más eficiente, transparente y efectiva la gestión de la actividad.

Este proyecto es una acción de capacitación y tiene como objeto proveer a los actores estatales y privados del turismo una formación académica especializada en gestión pública que contribuya a la profesionalización y fortalecimiento del sector en la región.

Entre los ejes temáticos a la trabajar con los Gestores Públicos en Turismo, pueden detallarse: Herramientas básicas de la gestión pública del turismo; Importancia de la necesaria interfase pública – privada para el desarrollo de un destino turístico a través del estudio de los instrumentos de gestión existentes y el funcionamiento y las particularidades del sistema turístico provincial, argentino y mundial, permitiendo un acercamiento a los procesos y los actores que lo configuran y el conocimiento de sus protagonistas.

7.5. LINEA 4 - SENSIBILIZACION Y CAPACITACION TURISTICA



Fortalecimiento de los recursos humanos de Guatraché mediante la implementación de programas de Sensibilización y Capacitación Turística.

Objetivo:

- ✓ Sensibilizar a la comunidad local y promover la participación institucional de los sectores público, privado, educativo, y de organizaciones intermedias vinculadas con la actividad, a fin de generar una actitud positiva frente al visitante.
- ✓ Capacitar a los recursos humanos locales vinculados a la actividad turística en diferentes líneas de formación y capacitación, a fin de generar recursos humanos calificados que brinden servicios de excelencia.

La actividad turística debe ser reconocida como generadora de empleo y recursos económicos, impulsando un desarrollo sustentable del sector. Por ello, la política turística engloba aspectos sociales, culturales, históricos, ambientales y económicos, respetando siempre la identidad, tradiciones y valores de cada uno de los habitantes de la localidad de Guatraché y la Provincia de La Pampa.

En este sentido se plantea como uno de los principales ejes de acción la “Sensibilización y concientización de las comunidades receptoras en cuanto a las características y beneficios producidos por el desarrollo del turismo,

propiciando una actitud positiva y de hospitalidad hacia los visitantes, en armonía con el medio ambiente”.

El Programa de Sensibilización y Concientización Turística surge en el marco de estos lineamientos como medio propió para el desarrollo de una mentalidad y cultura turística que logre consolidar la sustentabilidad ambiental, social, cultural y la calidad de los servicios turísticos de la comunidad local. En el mismo sentido, el Programa de Capacitación Turística pretende formar y fortalecer los recursos humanos relacionados con la actividad o interesados en formar parte de ella, a fin de garantizar una excelente calidad de servicio.

A) PROGRAMA DE SENSIBILIZACION Y CONCIENTIZACION TURISTICA

Objetivo: Promover una conciencia turística ambiental colectiva y unificada de todos los actores sociales involucrados directa e indirectamente en el desarrollo turístico del destino.

Cabe mencionar que el presente programa, se encuentra desarrollado con etapas de implementación y demás detalles metodológicos, debido a que su implementación se considera prioritaria en el corto plazo.

Públicos objetivos:

El Programa de Sensibilización está destinado a aquellos actores sociales que están implicados directa e indirectamente en el desarrollo turístico del destino.

- ⇒ Referentes turísticos locales
- ⇒ Prestadores de servicios turísticos
- ⇒ Población local

Objetivo General del Programa

- ⇒ Promover una conciencia turística ambiental colectiva y unificada de todos los actores sociales involucrados directa e indirectamente en el desarrollo turístico del destino.

Objetivos específicos:

⇒ *Público Objetivo: Población local*

- Sensibilizar a la población local de la comunidad receptiva acerca de los impactos y beneficios de la actividad turística.
- Generar espacios colectivos de reconocimiento y valorización del patrimonio turístico local.
- Identificar los principales intereses y necesidades de las comunidades para fortalecer los aspectos inherentes al desarrollo turístico local.

⇒ *Público Objetivo: Referentes turísticos locales*

- Sensibilizar a los referentes turísticos locales acerca de su visión del destino y el perfil turístico a desarrollar.
- Capacitar a los referentes turísticos en la aplicación de herramientas de gestión estratégica de destinos para su fortalecimiento.
- Concienciar a los referentes turísticos acerca de la necesidad de integración zonal y regional de los destinos para fortalecer la competitividad.

⇒ *Público Objetivo: Prestadores de servicios turísticos*

- Sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos acerca de su visión del destino y el perfil turístico a desarrollar.
- Desarrollar con los prestadores turísticos privados productos-mercados específicos.
- Concienciar a los prestadores turísticos acerca de la necesidad de desarrollar estrategias de asociatividad como herramienta de competitividad.

Implementación del Programa

El Programa de Sensibilización y Concientización Turística esta estructurado en diferentes etapas de implementación.

Se continuará trabajando en la sensibilización de la comunidad de Guatraché con distintos talleres de sensibilización e integración a fin de involucrar a la comunidad en la actividad turística.

En una segunda etapa, se pretende desarrollar talleres de sensibilización y especialización con los prestadores turísticos privados y emprendedores de la localidad.

Actividades y metodología:

Para el logro de los objetivos planteados se definen los siguientes ejes de capacitación:

- Los impactos del turismo en la Comunidad local
- Concientización turística – ambiental
- Puesta en valor del patrimonio turístico local
- Regionalización
- Visión y perfil de destinos
- Definición de Productos Mercados a nivel destino
- Asociativismo

En el marco del programa se prevén realizar acciones destinadas a diferentes públicos objetivos, con el fin de lograr en la comunidad local una actitud y conducta que favorezca el desarrollo de la actividad turística.

⇒ **Actividades destinadas a los Referentes turísticos locales:**

Talleres de integración y especialización: “Una Visión Compartida”

Contenidos: El taller de integración abordará los ejes de regionalización y desarrollo de productos-mercados a nivel zonal y local. El taller de especialización integrará contenidos de gestión de sistemas de información turística, marketing de destinos, entre otros a determinar por los interesados.

Duración: En primer término se desarrollará el “Taller de Integración” que tendrá una duración de 2 jornadas y luego se llevará a cabo el “Taller de Especialización” con una duración de 2 jornadas.

⇒ **Actividades destinadas a la Población Local:**

Talleres de sensibilización y concientización: “El camino a la excelencia, un desafío de todos”.

Destinatarios: Población local de la comunidad de Guatraché.

Duración: Los talleres se estructurarán en dos jornadas consecutivas según los ejes de capacitación planteados, y estarán destinados a la comunidad local.

Contenidos: Los ejes temáticos del taller estarán orientados a:

- Los Impactos y Beneficios del turismo en la comunidad local
- El rol del residente en el proceso de desarrollo turístico del destino
- Patrimonio turístico local: conocimiento y valorización
- Educación y concientización ambiental

En el transcurso de estas jornadas se pretende identificar a los prestadores turísticos que estén interesados en participar en la siguiente instancia del programa destinada a la realización de talleres con el sector privado.

⇒ **Actividades destinadas a los Prestadores Turísticos:**

Talleres de sensibilización y especialización: “El camino a la excelencia, un desafío de todos”.

Destinatarios: Esta instancia del Programa esta dirigida a los Prestadores de servicios turísticos de alojamiento, gastronomía, recreación y servicios complementarios que ya tienen en marcha su empresa. Asimismo se convocará a aquellas personas que estén desarrollando proyectos de emprendimientos turísticos en la localidad.

Contenidos: El taller esta estructurado en dos instancias, la primera de “sensibilización” donde se hará hincapié en la visión de destino, el perfil turístico a desarrollar y las ventajas del asociativismo.

La segunda instancia de “especialización” donde el objetivo principal es el desarrollo de productos mercados-específicos y otorgar herramientas de

Marketing y Administración para fortalecer la gestión estratégica de las empresas de servicios turísticos.

Duración: Los talleres para los prestadores esta estructurado en dos (2) encuentros para la instancia de “sensibilización” y cuatro (4) encuentros para la instancia de “especialización”. Cada encuentro tendrá una duración estimada de 6 horas.

Otras propuestas:

- Diseño de una **campaña de concientización turística ambiental**
- Ciclo de **Jornadas de Conciencia Turística Ambiental**
- Jornadas de sensibilización en las escuelas: **“El Turismo crece con los Niños”** y **“Conociendo a mi pueblo”**.

B) PROGRAMA DE CAPACITACION Y FORMACION TURISTICA

Objetivo: capacitar y formar los recursos humanos vinculados a la actividad turística mediante la implementación de programas de gestión de empresas y destinos, capacitación operativa y según la línea de producto que se desarrolle en la zona.

El programa contempla distintas líneas de capacitación que se consideran prioritarias en función de las estrategias de desarrollo turístico propuestas:

Capacitación en Gestión

- Programa de Capacitación y Asistencia Técnica a Emprendedores Turísticos Locales.
- Programa Consejo Federal de Inversiones - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (CFI-FEHGRA)
- Plan Federal de Capacitación – Ministerio de Turismo de la Nación.

Capacitación Operativa

- Programa de Capacitación Operativa en Hotelería y Gastronomía

- Programa Fortalecimiento Oficina de Informes
- Curso de Primeros Auxilios
- Programa Consejo Federal de Inversiones - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (CFI-FEHGRA)

Capacitación por línea de productos

- Programa de Capacitación para Guía Baquianos
- Programa Integral de capacitación para Prestadores de Actividades de Turismo Aventura, Turismo de Naturaleza y Turismo de Deportes.

Turismo Aventura:

Kayacs y canoas

Cabalgatas

Senderismo y Trekking

Turismo de Naturaleza:

Campamentismo

Avistaje de Aves

Observación de Flora y Fauna

Interpretes ambientales

Turismo de Deportes:

Caza Deportiva

Capacitación a distancia

Objetivo: Brindar una alternativa de capacitación viable y accesible, para aquellos interesados que no tengan la posibilidad de acceder a los Centros de Formación formal o tradicional.

- Programa de Capacitación Electrónica. PROCAE.
- Programas y cursos modalidad e-learning de distintos organismos e instituciones académicas.

Programas Especiales

Acciones y programas generados por otras instituciones y organismos, a los cuales se adhiere con el fin de dinamizar el trabajo integrado, y generar

acciones de capacitación tendientes al fortalecimiento de los recursos humanos en turismo.

- Capacitaciones en el marco de PROFODE (Programa de Fortalecimiento de Destinos Emergentes). Ministerio de Turismo de la Nación.
- Implementación de Programa de Calidad Turística en el Marco del Sistema Argentino de Calidad Turística – SACT.
- Programa Nacional de Turismo Rural (PRONATUR)

7.6. SINTESIS DE LINEAS ESTRATEGICAS, PROGRAMAS Y PROYECTOS

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
<p>LINEA 1 – DESARROLLO DE LA OFERTA TURISTICA</p> <p>Desarrollo de una Oferta Turística Competitiva mediante la puesta en valor de los factores naturales y culturales de Guatraché, el desarrollo de los servicios de apoyo y el fortalecimiento de emprendedores locales.</p>	<p>A) Programa: Desarrollo de Productos Turísticos Competitivos.</p>	<p>Promover el desarrollo y la consolidación de productos turísticos actuales y potenciales, con criterio de desarrollo local y gestión participativa, a fin de poner en valor los recursos naturales y culturales de Guatraché.</p>	<p>“Guatraché Termas del Campo”: Revalorización del Producto Turístico Termal</p>
			<p>“Turismo Rural”: Una Experiencia con Esencia de Campo</p>
			<p>Desarrollo Del Producto Caza</p>
			<p>Menonitas...”Un Viaje A Través del Tiempo”, con Esencia De Campo</p>
			<p>Revalorización de Artesanías Locales</p>
	<p>B) Programa de Desarrollo de la Oferta Recreativa</p>	<p>Fortalecer y revalorizar las fiestas populares locales</p> <p>Consolidar una oferta recreativa anual</p>	<p>Fortalecimiento de las Fiestas Locales</p>
			<p>Circuitos Turísticos Locales</p>
			<p>Revalorización del Complejo Turístico Religioso Cristo de la Salud</p>
			<p>Desarrollo de la oferta recreativa en Laguna Guatraché</p>
			<p>Guatraché para Abuelos.</p>
	<p>Desarrollo de la oferta deportiva</p>		

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
	C) Programa de Fomento de Emprendedores Turísticos Locales.	Estimular el desarrollo de emprendimientos turísticos en el destino Guatraché, mediante acciones de fortalecimiento, que permitan diversificar la matriz económica del destino y contribuir al desarrollo turístico de la localidad.	en la localidad. Incubadoras de Emprendimientos Turísticos Capacitación para Emprendedores Turísticos Locales Red Asociativa de Emprendedores Turísticos de Guatraché
	D) Programa Desarrollo de Equipamiento e Infraestructura Turística.	Optimizar el sistema de apoyo a la actividad turística en Guatraché, promoviendo la inversión pública y privada en equipamiento e infraestructura turística.	Portal Web de Guatraché. Señalización Turística Proyecto: Reacondicionamiento de Sistemas de Apoyo.
<p style="text-align: center;">LINEA 2 – DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING TURISTICO</p> <p style="text-align: center;">Diseño e implementación de estrategias de marketing turístico mediante la definición del perfil</p>	A) Programa Desarrollo del Perfil De Destino	Desarrollar el perfil turístico de Guatraché a partir de la participación de la comunidad y el análisis técnico de su potencial.	Identificación y priorización de productos - mercados Capacitación y sensibilización Articulación del turismo con las demás actividades económicas
	B) Programa de Comunicación Integral y Posicionamiento	Acercar la oferta comercial turística – recreativa de Guatraché a los	Plan de comunicación

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
<p>turístico de Guatraché, la identificación y priorización de productos-mercado, posicionamiento y estrategias genéricas de mercado.</p>		<p>públicos definidos con una baja inversión por impacto, y posicionar la marca Guatraché y los beneficios asociados a la misma en los mercados seleccionados.</p>	<p>Identidad visual de Guatraché.</p>
			<p>Aplicación de la marca, cartelería y señalética.</p>
	<p>C) Programa de Oferta Comercial Guatraché</p>	<p>Establecer en la primera etapa lineamientos para el desarrollo y definición de los componentes del mix de marketing.</p>	<p>Desarrollo de productos</p>
		<p>Precios competitivos</p>	
	<p>Comercialización directa e indirecta</p>		
	<p>Comunicación eficaz</p>		
	<p>D) Programa de Investigación Y Segmentación de Mercados</p>	<p>Desarrollar un área que genere, concentre y gestione información sobre los mercados actuales y potenciales, y que permita realizar una segmentación eficaz.</p>	<p>Sistema de encuestas</p>
	<p>Base de datos</p>		
	<p>Análisis de las tendencias y comportamientos de compra de segmentos en centros emisores.</p>		
	<p>E) Programa de Evaluación de Desempeño</p>	<p>Gestionar en base a calidad en el marco del perfil y objetivos propuestos.</p>	<p>Monitoreo del desempeño público – privado</p>
	<p>Sistema de gestión de las quejas</p>		
	<p>Directrices de calidad para experiencias de turismo rural</p>		

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
<p>LINEA 3 – GESTION TURISTICA LOCAL</p> <p>Fortalecimiento de la gestión turística integrada de Guatraché como destino turístico, mediante la articulación del sector público y del sector privado.</p>	<p>A) Programa Agencia de Desarrollo Turístico Local</p>	<p>Brindar instrumentos para una gestión articulada entre los sectores público y privado vinculados de manera directa o indirecta al desarrollo turístico.</p>	<p>Agencia de Desarrollo Turístico o Ente Mixto</p>
	<p>B) Programa de Reglamentación Turística</p>	<p>Crear instrumentos jurídicos para reglamentar, fiscalizar y monitorear los prestadores de servicios y actividades turísticas en el ámbito municipal.</p>	<p>Reglamentación turística municipal</p> <p>Registro de prestadores de servicios y actividades turísticas</p> <p>Sistema de monitoreo y control</p>
	<p>C) Programa de Fortalecimiento de la Gestión Municipal</p>	<p>Brindar capacitación y formación a los recursos humanos de la municipalidad de Guatraché en diferentes áreas de la organización de acuerdo a los perfiles y puestos laborales.</p>	<p>Gestores Públicos en Turismo</p>

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
<p>LINEA 4 - SENSIBILIZACION Y CAPACITACION TURISTICA</p> <p>Fortalecimiento de los recursos humanos de Guatraché mediante la implementación de programas de Sensibilización y Capacitación Turística.</p>	<p>A) Programa de Sensibilización Y Concientización Turística</p>	<p>Promover una conciencia turística ambiental colectiva y unificada de todos los actores sociales involucrados directa e indirectamente en el desarrollo turístico del destino.</p>	<p>Talleres de integración y especialización: “Una Visión Compartida” destinados a Referentes turísticos locales.</p> <p>Talleres de sensibilización y concientización: “El camino a la excelencia, un desafío de todos”, destinados a la Población Local.</p> <p>Talleres de sensibilización y especialización: “El camino a la excelencia, un desafío de todos”. destinados a los Prestadores Turísticos:</p> <p>-Diseño de una campaña de concientización turística ambiental -Ciclo de Jornadas de Conciencia Turística Ambiental -Jornadas de sensibilización en las escuelas: “El Turismo crece con los Niños” y “Conociendo a mi pueblo”.</p>
	<p>B) Programa de Capacitación y Formación Turística</p>	<p>Capacitar y formar los recursos humanos vinculados a la actividad turística mediante la implementación de programas de gestión de empresas y destinos, capacitación</p>	<p>Capacitación en Gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Capacitación y Asistencia Técnica a Emprendedores Turísticos Locales. • Programa Consejo Federal de

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
		operativa y según la línea de producto que se desarrolle en el destino.	<p>Inversiones - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (CFI-FEHGRA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan Federal de Capacitación – Ministerio de Turismo de la Nación. <p>Capacitación Operativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Capacitación Operativa en Hotelería y Gastronomía • Programa Fortalecimiento Oficina de Informes • Curso de Primeros Auxilios • Programa Consejo Federal de Inversiones - Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (CFI-FEHGRA)
			<p>Capacitación por línea de productos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Capacitación para Guía Baquianos .

- Programa Integral de capacitación para Prestadores de Actividades de Turismo Aventura, Turismo de

LINEA	PROGRAMAS	OBJETIVOS	PROYECTOS
			<p>Naturaleza y Turismo de Deportes.</p> <p>Capacitación a distancia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Capacitación Electrónica. PROCAE. • Programas y cursos modalidad e-learning de distintos organismos e instituciones académicas. <p>Programas Especiales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones en el marco de PROFODE (Programa de Fortalecimiento de Destinos Emergentes). Ministerio de Turismo de la Nación. • Implementación de Programa de Calidad Turística en el Marco del Sistema Argentino de Calidad Turística – SACT. • Programa Nacional de Turismo Rural – PRONATUR.

Fuente: elaboración propia.

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE GUATRACHE I Etapa

DOCUMENTO 3: RESULTADOS TALLERES DE SENSIBILIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO



8. RESULTADOS IMPLEMENTACIÓN DE TALLERES DE SENSIBILIZACIÓN Y DIAGNÓSTICO.

Desde la presentación del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché, realizada el día 19 de Abril del 2010, el equipo técnico ha llevado a cabo tres talleres con la comunidad local, que tuvieron como objetivo central la sensibilización turística de la población.

Estos talleres se realizaron en forma participativa, generando de esta manera un espacio de intercambio de ideas, de discusión y crecimiento en forma conjunta, a fin de que “la comunidad” sea protagonista desde el inicio del proceso, de las distintas decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo turístico que surjan y se elaboren durante el presente estudio.

Asimismo en cada uno de los talleres se incentivó a los participantes a generar nuevos espacios donde se trabajen las temáticas llevadas a cabo en los talleres. Como resultado de esta acción se han obtenido distintos informes por parte de los interesados, que han constituido importantes aportes tanto para la etapa de diagnóstico como así también de las propuestas generadas en el presente informe.

El equipo técnico participó de la reunión del mes de Agosto del Consejo Consultivo Local donde se presentó la propuesta general del Plan y el estado de avance del mismo, e invitó a todas las instituciones a sumarse en base a alguna propuesta que contribuya al desarrollo turístico de la localidad. Se propuso la idea de implementar un proyecto turístico comunitario, a fin de sensibilizar a la población en la temática turística en el marco del Día Internacional del Turismo, el cual tuvo buena aceptación. En este sentido se presenta en este apartado el Informe del Evento turístico recreativo realizado los días 25 y 26 de Septiembre de 2010, denominado *GuatrachéTur: “Viví un fin de semana de Turismo y Tradición”*.

A continuación se presentan los informes técnicos de cada uno de los talleres implementados.

Primer Taller de Sensibilización Turística

Guatraché, 5 de Junio

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE
GUATRACHE 2010**

Te invitamos a participar del Taller de Sensibilización Turística que se llevará a cabo el día sábado 5 de Junio de 2010, a las 10.00 hs en el Albergue Municipal

¿Por qué te invitamos?

PORQUE ES UN PROYECTO PARTICIPATIVO...

DE **GUATRACHE**

POR

PARA

Y SE NECESITA DE LOS APORTES Y PROPUESTAS DE TODA LA COMUNIDAD PARA **CONSTRUIR JUNTOS UN PROYECTO EXITOSO**



The image is a promotional flyer for a tourism awareness workshop. It features a background photograph of a green field with a large tree and a body of water in the distance. The text is overlaid on this image. At the top, a dark green banner contains the title 'PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE GUATRACHE 2010' in orange. Below this, the invitation text is in orange. The central text '¿Por qué te invitamos?' is in black, followed by 'PORQUE ES UN PROYECTO PARTICIPATIVO...' in orange. The word 'DE' is in white, and 'GUATRACHE' is in large orange letters. 'POR' and 'PARA' are in white. The concluding text 'Y SE NECESITA DE LOS APORTES Y PROPUESTAS DE TODA LA COMUNIDAD PARA CONSTRUIR JUNTOS UN PROYECTO EXITOSO' is in white and orange. At the bottom, four logos are displayed: 'GUATRACHE Turismo' (green and white), 'LA PAMPA patagonia argentina' (yellow and white), 'Municipalidad de GUATRACHE Soñes... por más.' (green and white), and 'CFI' (blue and white).

Fecha de realización: 5 de Junio de 2010.

Objetivos:

- Informar los primeros avances el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable: Guatraché.
- Reconocer los principales atractivos de la localidad
- Determinar un análisis FODA preliminar de la actividad turística en Guatraché.

En el taller se contó con la presencia del Intendente de la localidad de Guatraché, el Secretario de Turismo, emprendedores del sector, personal de Informes Turísticos y vecinos de la Localidad.

Este primer taller se dividió en dos encuentros. El día viernes por la tarde, donde se invito a participar a los integrantes del Consejo Consultivo local y el día sábado a la mañana, donde la convocatoria era abierta a la comunidad. Si bien en cantidad de participantes la convocatoria no fue demasiada, la participación fue muy activa y pudieron concretarse algunos puntos importantes del taller.

Desarrollo del taller

En primer lugar se realizó la presentación del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché. Luego de la presentación del plan en líneas generales se ponen a consideración los diferentes atractivos con que cuenta la localidad y la región, para luego analizar y determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de los mismos.

Durante las dos jornadas se intenta identificar los productos turísticos priorizados por lo vecinos de la localidad, a través de preguntas disparadoras como ¿Qué tenemos para ofrecer?, ¿Cuáles pueden constituirse como productos turísticos? ¿De dónde vienen nuestros visitantes? ¿Qué sabemos de

nuestros visitantes? , ¿Qué tipo de visitantes queremos atraer? y ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de esos productos que poseemos?

De los trabajos de taller realizados durante las exposiciones, puede arribarse a las siguientes consideraciones de los PRODUCTOS priorizados:

TERMAS

Debilidades

- ⊗ Servicio inadecuado
- ⊗ Atención de baja calidad
- ⊗ Falta de vinculación de la comunidad con el recurso.
- ⊗ Escasa planificación provincial para su puesta en valor.
- ⊗ Términos de Concesión poco claros
- ⊗ Servicio de alojamiento escaso y de baja calidad
- ⊗ Horario de atención muy reducido
- ⊗ Escaso personal idóneo.
- ⊗ Gestión ineficiente por parte de los concesionarios

Fortalezas

- ⊗ Producto posicionado a nivel nacional y regional
- ⊗ Atractividad del recurso

LAGUNA

Debilidades

- ⊗ Falta actividades recreativas durante el resto del año.
- ⊗ Marcada estacionalidad

Fortalezas

- ⊗ Posibilidad de atraer a demanda recreativa durante todo el año. En especial el segmento de estudiantes.
- ⊗ Actividades potenciales: avistaje de aves
- ⊗ Diversidad de flora-fauna
- ⊗ Entorno natural

Así también durante el taller surgió que tendrían en la localidad dos OPORTUNIDADES (PRODUCTOS) que ayudarían a convocar potenciales visitantes, recreacionistas y turistas.

MENONITAS

Debilidades

- ⊗ Caminos en muy mal estado
- ⊗ Falta de señalética
- ⊗ Falta de vinculación entre la comunidad local y la colonia menonita para trabajar mancomunadamente.
- ⊗ Los guatrachenses no identifican a los menonitas como un recurso cultural propio, aunque algunos reconocen los beneficios que genera esta comunidad para la localidad.

Fortalezas

- ⊗ Atractivo turístico con gran potencialidad para atraer demanda nacional.
- ⊗ Posee un posicionamiento propio

CAZA

Debilidades

- ⊗ Los cotos de caza no generan beneficios socioeconómicos directos para la comunidad.
- ⊗ Escasa planificación y puesta en valor del recurso en la localidad.
- ⊗ Furtivismo y mercado ilegal
- ⊗ Escasos campos registrados en la localidad para desarrollar esta modalidad

Fortalezas

- ⊗ Producto que atrae demanda internacional
- ⊗ Interés de productores rurales en incorporar esta actividad
- ⊗ Factibilidad de planificar y desarrollar el producto caza bajo la modalidad de campos registrados y guías locales

Consideraciones generales

Durante el taller se mencionaron actividades que nos acercan fuertemente a la actividad primaria que caracteriza a la localidad que es el ESPACIO RURAL.

Por otro lado se pudo vislumbrar el importante papel que se le adjudica a los Artesanos de la región, que si bien cuenta con escasa difusión se reconocen a través de los informantes que existen artesanos de cuero, madera, cuchillería, alfareros, tejedoras, hiladoras, otros.

Se menciona que los vecinos realizan productos de encurtidos aún con viejas recetas y en forma artesanal con productos directos del CAMPO.

Se destaca también que Guatraché no posee una artesanía o producto que identifique como souvenir, y sería interesante poder desarrollar una línea en este sentido.

Participan de un calendario regional de fiestas de campo donde tiene asignadas dos fechas anuales. Existe una comisión que trabaja en este sentido pero con poco éxito, según una de las informante clave. Para este tipo de actividades se recomienda realizar una difusión con al menos un mes de anticipación en la región, no tiene como misión atraer a turistas sino que están destinadas al hombre de campo.

Una de la propuestas mencionadas se refiere a la realización de Ferias de Cultura, Artesanos, Gastronómicas.

Segundo Taller de Sensibilización Turística

Guatraché, 19 de Junio.



Fecha: 19 de Junio 2010

El segundo taller se realizó el día 19 de Junio del 2010, en las instalaciones del Club Atlético Pampero.

El taller estuvo estructurado en diferentes etapas.

1°) Se realizó la Presentación sintética del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché, dado que el público era diferente a los que participaron en el primer taller.

2°) Se da inicio al Segundo taller.

Objetivos:

- Estimular a la comunidad de Guatraché, y a sus pequeños y medianos empresarios a contemplar la actividad turística como una perspectiva complementaria de desarrollo socio-económico y cultural del lugar, bajo criterios de sustentabilidad económica y social.
- Fomentar la identidad local
- Reconocer y revalorizar los atractivos locales

Ejes temáticos.

- **Conceptos básicos de la actividad turística**
- **La importancia de la participación**
- **El perfil de la localidad. Actual y Turístico**
- **Tendencias en la Demanda Turística**
- **Construcción de la Visión**

Desarrollo del taller

Se trabajó con los siguientes ejes temáticos:

- a) ¿Por qué te invitamos?

Se desarrollan conceptos acerca del Turismo y beneficios del mismo, por qué es una actividad transversal y también la causa por la que se lo considera como sistema.

Se trabaja la temática del turismo como una alternativa de desarrollo local.

b) Se trabaja con los participantes el Perfil actual de Guatraché.

PERFIL ACTUAL RURAL / Perfil Turístico. PUEBLO RURAL CON TURISMO

Se concluye que el Pueblo tiene un **perfil rural**, que no quiere perder esta identidad....pero que tiene productos que puede aprovechar.

c) Se trabaja con los interrogantes....

¿Cuáles son nuestros atractivos para poner en valor?

PRODUCTOS POTENCIALES

TURISMO RURAL:

- Agroturismo
- Cabalgatas
- Tradición
- Gastronomía
- Artesanías

TURISMO NATURALEZA

- Senderismo
- Observación de aves
- Observación de flora

ACTIVIDADES RECREATIVAS

d) ¿Cómo es el nuevo turista?

Se trabaja sobre el concepto de las nuevas tendencias en turismo, lo que implica una gran **oportunidad** para Guatraché.

¿Quiénes son los actuales turistas / visitantes?

¿Qué tipo de visitantes queremos captar?

e) ¿Qué beneficios otorgaría la actividad turística a Guatraché?

¿Consideran que el turismo para Guatraché es una oportunidad de desarrollo local?

Resultados Obtenidos

Tuvo una interesante y variada presencia de público, sumando en total veinticinco personas, lo más representativo era la diversidad de rubros. Estaban presentes ex autoridades locales, concejales, el presidente de la Cooperativa de Productores Agropecuarios, comerciantes, y un grupo muy participativo y proactivo de artesanos.

La participación fue muy activa y en todo momento se mostró el interés generado por las posibilidades en cuanto al desarrollo turístico. Si bien en muchos momentos las charlas y diferencias entre los participantes desordenaban el orden predeterminado del taller, fueron muy ricas las intervenciones.

Se generan interesantes decisiones e intercambios de ideas acerca de los atractivos y su situación actual.

Por ultimo se plantea a los participantes un trabajo sobre la **VISION de Guatraché**, ¿cómo ven los locales a Guatraché dentro de 20 años.....con desarrollo turístico? , y quedan con ese interrogante a fin de poder seguir trabajándolo en el tercer taller.

Quedan pendientes algunas actividades de Diagnostico FODA por producto, específicamente los productos priorizados como Termas y Cultural (Colonia Menonita), el cual será trabajado en el 3° taller del día 10 de Julio.

Tercer Taller de Sensibilización Turística
Guatraché, 10 de Julio



Fecha: 10 de Julio de 2010

Albergue Municipal de Guatraché

Objetivo:

Retomar aspectos trabajados en talleres anteriores para introducir a los principales componentes del marketing turístico.

Ejes del taller:

- La experiencia del visitante a Guatraché
- La oferta comercial de Guatraché

Planificación del taller

La propuesta inicialmente comprendía partir de la visión de destino y el perfil para adentrarse en la definición de las estrategias en función de la experiencia del visitante, y alcanzar propuestas de ofertas comerciales concretas.

Desarrollo del taller

Se comenzó con lo inicialmente planteado, retomando desde la definición de visión y el perfil de Guatraché asociado a lo rural. Además se realizó un repaso de los productos que se habían trabajado en anteriores talleres y su priorización como base para la actividad de la jornada.

De la misma manera, en el sentido de recuperar definiciones centrales de encuentros anteriores se repasó la importancia de la actividad turística, así como el alcance real que podría tener en la localidad y la posibilidad de articulación con otras actividades económicas ya consolidadas en la zona.

A partir de la visión de la demanda, es decir la experiencia del turista, se fueron trabajando diversos aspectos que hacen a la calidad de la misma, momento en

que los asistentes comenzaron a realizar comentarios y aportes que enriquecieron enormemente el trabajo.

De manera que haciendo foco en el visitante se trabajaron los siguientes tópicos:

Señalización y cartelería: en las rutas de acceso y cartelería referida a la circulación interna y de localización de atractivos.

Servicios: aquí se expuso el desafío de pensarlo desde el lugar del turista que llega y fueron entonces apareciendo toda una serie de reflexiones sobre las adaptaciones que requiere un enfoque al cliente.

Cadena de valor de los servicios: en este caso se trabajó sobre la idea de articular varios prestadores de servicios, artesanos y otros a fin de que la vivencia del turista sea positiva y permita la recomendación.

La información como valor agregado: se avanzó en la idea de crear valor desde el conocimiento, la experiencia, y la hospitalidad sin necesidad de hablar de costos adicionales.

Es importante mencionar que en cada punto se fueron incorporando apreciaciones de los asistentes, comentarios acerca de la situación en Guatraché lo que probablemente desordenó un poco la exposición, pero permitió al tiempo que permitía la participación repasar la experiencia del visitante desde la realidad local.

Resultados del taller:

Los asistentes reflexionaron y valoraron como importante la necesidad de mejorar la señalización y cartelería, ayudando de esta forma a la accesibilidad a la oferta de servicios de Guatraché.

En cuanto a los servicios, se hizo especial hincapié en la gastronomía valorando las posibilidades que presenta la historia, la tradición y la cultura de campo en la localidad. Asimismo el hecho de contar con insumos locales y

naturales para la elaboración de platos típicos de gran atractivo de marcada identidad.

Respecto a la cadena de valor de los servicios, se trabajó fuertemente en la necesidad de contar con un registro acabado de los posibles prestadores de servicios y emprendedores asociados a la actividad turística como forma de iniciar una red asociativa que contemple la experiencia del visitante como aspecto principal.

En tanto, una parte importante del taller se destinó a la idea de poner en valor aquello que para los habitantes de la localidad resulta cotidiano: el silencio, la tranquilidad, la comida casera, la vida en una comunidad pequeña con todos sus hábitos y costumbres, entre otros.

Desde allí se desarrolló la importancia de la información como factor decisivo en la experiencia.

Posteriormente se exploraron mercados y segmentos posibles de ser atraídos con la realidad de Guatraché y los cambios que habría que introducir para lograr adaptaciones a la llegada de los turistas.

Las propuestas de ofertas comerciales concretas quedaron planteadas como una actividad a seguir trabajando ya que por una cuestión de tiempo y desarrollo de temas no fue posible abordarlo en su totalidad en esta instancia.

Sin embargo se consiguieron definiciones y acuerdos importantes como por ejemplo que tanto la gente del pueblo como sus costumbres y cultura en si son elementos a ser valorados y mostrados. Se hizo hincapié en la importancia de tangibilizar la oferta de Guatraché para facilitar la compra de los servicios.

Otro producto de este taller fue sin dudas que los mismos asistentes pusieran fecha para reunirse y avanzar en algunos temas previo a la reunión con el equipo técnico. En este sentido se dejaron algunos lineamientos en los cuales los participantes trabajarán desarrollando propuestas, a saber:

- ¿Cómo fijan el precio de venta de los productos?
- Finalizar el listado de Prestadores de servicios de la localidad, artesanos, etc.
- Determinación del elemento o souvenir que identifique a Guatraché.
- ¿Que ofrecemos?

- ¿Que costumbres tiene el pueblo?
- ¿Qué puede aportar cada uno desde su emprendimiento?
- Banco de imágenes

Finalmente, es importante destacar la excelente predisposición de los asistentes y su aporte permanente, con plena convicción de que esto servirá para mejorar la situación de la localidad.

PARTICIPANTES EN LOS TALLERES

Nombre y Apellido	Actividad
Araceli Dupén de Cariac	Docente jub. (Comercio)
Brígida Wagner	Artesana- Cerámica
Héctor Rolando	Mutual Agric. Y Ganad.
Yasmín Dayup	Tec. Tur./Comerciante
Yamila Ruvira	Cheff/Estudiante
Patricia Lavin	Directora Esc- N° 60
Delia Barragán	Doc. Jub./Artesana
Stella Stepanosky	Artesana en Telar y confección de prendas.
Ilona Csaky	Concesionara Parque Termal
René Lehr	Concejal /Productor
Alicia Schenkel	Casa del Artesano
Héctor Rodríguez	Productor – Asoc. Agric.
Norberto Kette	Concejal
Carlos Paz	Prof. De Educación Física. Coordinador del CEFI.
Leonardo Schenkel	Intendente/Productor
Javier Campo Kihn	Est. Tur./Prestador Huella T&A
Teodoro Gast	Asoc. Descendientes de Alemanes
Estella Dam	Cestería- Tortas – Bombones/ Granja
María Fernanda Cariac	Comerciante – Integrante del Centro Tradicionalista
Osvaldo Lehr	Coto de Caza/Iglesia. Adventista/Asoc. Agric.
María Esther Masson de Dupén	Docente Jubilada
Pablo Herzel	Dir. De Turismo- Cultura
Ana Lia Di Meo de Vergez	Tec. Tur./Ases. Cambio Rural INTA.
Isabel Vargas	Ama de casa



GUATRACHE TUR

Evento familiar, deportivo, gastronómico, cultural y recreativo.

En conmemoración de la Semana Internacional del Turismo el equipo propuso organizar un evento comunitario que tenga como eje la puesta en valor de los recursos locales de Guatraché para desarrollar la actividad turística. El evento se realizó los días 25 y 26 de Septiembre de 2010.

El Público Objetivo del evento fue la comunidad local de Guatraché, Instituciones locales, prestadores de servicios turísticos y afines.

Las actividades propuestas:

Maratón y Marcha Aeróbica Familiar

- ✓ Actividad participativa promoviendo el cuidado de la salud y una mejor calidad de vida.
- ✓ Todos a ponerse en acción a ritmo de cada uno.
- ✓ Juntos, grandes y chicos a cruzar la línea de llegada.

FERIA GASTRONOMICA

- ✓ Preparación, exposición y venta de comidas típicas a cargo de instituciones y privados del rubro

FERIA ARTESANAL

- ✓ Exposición y venta de artesanías locales.

ESPECTACULOS

- ✓ Cierre de las jornadas con música, obra de teatro, coro o similar.

DIA DE CAMPO Y TRADICION

- ✓ Cabalgata
- ✓ Almuerzo campestre
- ✓ Destrezas criollas
- ✓ Juegos para niños asociados a la cultura rural.
- ✓ Cierre: espectáculo folclórico y baile.

El equipo presentó la idea al consejo Consultivo local y obtuvo buena repercusión. La logística del evento fue realizada por los referentes del grupo que fueron asistiendo a los distintos talleres.

El grupo mas organizado es el de los artesanos, quienes desplegaron toda su creatividad en la muestra y tuvieron buena aceptación del público presente.

Otro de los aciertos fue el espectáculo musical y clases de salsa, que generó un muy buen ambiente el día sábado por la tarde, convocando a una gran cantidad de jóvenes y de público en general.

También es de destacar el trabajo mancomunado con el Centro Tradicionalista El Caldén en el marco del fin de semana, donde se llevaron a cabo destrezas criollas, jinetadas para aficionados y un excelente espectáculo musical como cierre del evento, con una importante afluencia de público.

De esta experiencia piloto, se llega a la conclusión que **debe trabajarse fuertemente** en la constitución de una comisión, ente u otro organismo como la Agencia de Desarrollo Turístico local, a fin de determinar funciones y responsabilidades en este tipo de eventos, delegando la responsabilidad del Municipio en los sectores involucrados y garantizando la participación de las instituciones y el sector privado.

Se recomienda comenzar a utilizar otra metodología de convocatoria para lograr resultados más efectivos, e involucrar a la población en la temática turística. Las guías propuestas por el momento no tuvieron participantes, se considera la posibilidad de realizar una nueva convocatoria para la temporada alta.

Gacetilla de prensa publicada en Facebook Turismo Guatraché, 27 de septiembre de 2010.

Cuando el mundo se une para celebrar el 2010 como el Año Internacional de la Diversidad Biológica, la OMT se complace en anunciar que las celebraciones del Día Mundial del Turismo (DMT), auspiciadas oficialmente este año por China, tendrán lugar bajo el lema, "TURISMO Y DIVERSIDAD BIOLÓGICA" (27 de septiembre, provincia de Guangdong). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), este lema ofrece una oportunidad única de sensibilizar al público de la importancia de la biodiversidad para el turismo y del papel del turismo sostenible en la conservación de la vida en la Tierra.

La biodiversidad es un activo clave para el turismo y un elemento esencial de su crecimiento sostenible. Miles de empresas y productos turísticos de todo el mundo dependen de unos ecosistemas intactos y saludables que atraen a millones de turistas cada año. Como actividad económica de primer orden, el turismo sostenible tiene un importante papel y una responsabilidad en la gestión y la conservación de los recursos biológicos.

La localidad de Guatraché, realizó los festejos, con dos jornadas denominadas "Guatraché-Tur" un fin de semana de Turismo y Tradición.

El sábado 25 desde las 14 horas se realizó una marcha aeróbica por el circuito histórico de la localidad, en el centro de la localidad se realizó un paseo de artesanos, donde no solo expusieron sus trabajos, sino también mostraron sus técnicas de trabajos en madera, cerámica, tejido al telar, etc., no faltó la gastronomía, donde instituciones y particulares ofrecieron productos típicos.

Más tarde llegó la hora de los espectáculos musicales que pasaron por el escenario mayor ubicado en el centro de la localidad, desde Buenos Aires llegó la banda Borregos Border, la

banda se formó en la ciudad de Turdera el 25 de mayo de 2002. En poco tiempo fueron creciendo y tocando en diversos escenarios de la zona sur del Gran Buenos Aires. Su estilo musical combina folclore, ritmos centroamericanos, tango, cumbia y rock tradicional, que dan como resultado un rock fusionado.

En 2006 ganaron un concurso para presentarse en el Festival Pepsi Music. A fines de ese año editaron su disco debut "Vuelta carnero", con material fue registrado el año anterior en estudios Del Cielito, con la participación de Palo Pandolfo, el Mono de Kapanga, Eduardo Schmidt de Arbol, Cóndor y Daniel de Bersuit, entre otros. En tanto "Río suena", el segundo disco de la banda, fue producido por Zeta Bosio y Adrián Taverna.

Finalizando la jornada del sábado se escucharon las voces en primer término del Tordillo quien dejó a los presentes grandes éxitos de Sergio Denis, Rafael, Víctor Heredia entre otros, finalizando la jornada con Jonathan de General San Martín haciendo temas de Ricardo Arjona.

En tanto el Domingo con la presencia de mas de 500 personas se realizaron las destrezas criollas y la gran jineteada en el campo de doma municipal, finalizando el fin de semana de Turismo y Tradición, con un espectáculo de payadores a las 20:30 en el salón del Club Huracán, con la conducción de Eduardo Montesino junto a las voces y guitarras de Martín Santajuliana, Pedro Cabal y René García.

9. CONSIDERACIONES FINALES

La primera etapa del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable Guatraché tiene como fin la elaboración de un documento-guía de gestión; que mediante la definición de estrategias, programas y acciones contribuya a optimizar los efectos directos e indirectos del turismo en la escala local y regional, con el fin de diversificar y complementar la economía de la localidad, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Incorporar la actividad turística en la localidad permite agregar a la matriz productiva otro eje de desarrollo. Sin embargo, consolidar esta nueva propuesta requiere un esquema de articulación que logre instalar la alternativa turística en Guatraché como una opción válida, fruto de un trabajo técnico y de una política municipal.

El marco institucional debe contemplar la consideración del turismo como una política prioritaria para la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social; para lo cual es fundamental un proceso de cooperación y coordinación con los agentes sociales y empresariales implicados, donde los objetivos sean plenamente consensuados en el ámbito local.

El equipo técnico considera pertinente distinguir conceptualmente y en el tiempo, las etapas de formulación y de implementación de un Plan de desarrollo Turístico. En este sentido, la presente propuesta llevada adelante gracias al aporte del Consejo Federal de Inversiones y al comprometido apoyo de la Municipalidad de Guatraché, se circunscribe específicamente a la fase de formulación de la Primer Etapa del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de Guatraché.

El cumplimiento de esta primer etapa es sólo una meta, si bien significativa, dentro del objetivo principal; el “Plan” es concebido como una herramienta que posibilita transformar una realidad: Que el turismo constituya un eje de desarrollo para la Localidad de Guatraché.

Por lo tanto, a partir de la definición completa de la formulación del Plan, viene una etapa sustancial que es la implementación del mismo.

Pero es necesario que el Plan continúe como visión integral y con una toma de criterios racionales para determinar las prioridades de los proyectos. Es lo que se llama el “gerenciamiento de un plan”, una tarea poco visible pero de fundamental importancia.

En este marco es recomendable que dicha función sea llevada a cabo por la Agencia de Desarrollo Turístico Local propuesta y no recaiga con exclusividad en el gobierno municipal, dando así continuidad y fortalecimiento a la gestión integral y participativa del destino. Es en este sentido que se considera fundamental la concreción a corto plazo de la propuesta del equipo técnico acerca de la conformación de este ente, ya que de esta manera se le dará viabilidad y sostenibilidad en el tiempo al plan y se garantizará la participación comunitaria en el mismo.

En referencia a los objetivos planteados en este estudio, se considera haberlos cumplido en su totalidad y en algunos casos hemos superado las expectativas de los mismos; es prueba de ello el diagnóstico acabado y completo al que hemos podido arribar, como así también el desarrollo en detalle de varias Líneas de Acción Estratégicas que se trabajaron en los talleres y terminaron de definirse con un arduo trabajo de gabinete.

Sin embargo el trabajo de sensibilización y diagnóstico, si bien tuvo participación de la comunidad y se está conformando un interesante grupo sumamente comprometido con la temática, no consideramos haber logrado involucrar aún, a todos los actores locales que debieran ser parte del Plan. Somos conscientes que los resultados son exitosos, considerando que solo hemos trabajado seis meses y que este tipo de proceso como todo proceso social es largo y continuo. Es por demás lógico comprender que una comunidad que siempre vivió para y por el campo, “se de tiempo” para abrir la puerta a otro tipo de actividad que se presenta como nueva oportunidad.

Creemos que estamos en una buena senda, que hemos sembrado en tierra fértil y que siguiendo con un esfuerzo sostenido en la implementación del Programa de Sensibilización previsto en la segunda etapa y con la

conformación de la Agencia de Desarrollo Turístico Local se van a ir dando forma a los resultados concretos que la gente espera.

El desafío entonces será continuar sembrando, para lograr que el Turismo se convierta en un **“pasaporte al bienestar comunitario”**, para lo cual se requiere trabajar desde una perspectiva ética y responsable; generando recursos humanos calificados, fomentando inversiones públicas y privadas y llevando adelante una política de planificación y gestión estratégica del territorio y sus recursos; donde el Estado tome el rol protagónico de promotor de la actividad turística como alternativa viable y genuina de desarrollo local.