



PLAN
HORIZONTES SUÁREZ

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE CORONEL SUÁREZ

INFORME FINAL
MAYO 2022



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

SUÁREZ
municipiodetodos



ESTUDIO
SINGERMAN & MAKÓN
ECONOMÍA Y TURISMO

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DEL PARTIDO DE CORONEL SUÁREZ

INFORME FINAL

MAYO 2022

ESTUDIO SINGERMAN, MAKÓN Y ASOCIADOS SRL

INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN -----	11
TAREA 1. REUNIÓN DE INICIO DE PROCESO DE FORMULACIÓN DEL PLAN -	13
1.1 MINUTA DE LA REUNIÓN -----	15
1.2 REUNIÓN CON ÁREAS DE GOBIERNO MUNICIPAL -----	17
1.3 REUNIÓN CON ASOCIACIONES-----	19
1.4 METODOLOGÍA AGILE DE TRABAJO -----	21
TAREA 2. DISEÑO DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN -----	22
2.1 MARCA DEL PLAN-----	22
2.2 OBJETIVOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN-----	25
2.3 CANALES DE COMUNICACIÓN-----	26
2.4 HITOS DE LA COMUNICACIÓN -----	31
TAREA 3. RELEVAMIENTO Y SISTEMATIZACIÓN DE INFORMACIÓN-----	37
3.1 REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN-----	38
3.2 REALIZACIÓN DE JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN-----	46
3.3 RELEVAMIENTO TERRITORIAL DE LA OFERTA -----	54
3.4 REALIZACIÓN DE TALLERES PARA LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS -----	70
3.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL -----	79
3.6 RESULTADOS DE REUNIONES -----	141
3.7 RESULTADOS DE ENTREVISTAS A ACTORES CLAVE -----	144
TAREA 4. ANÁLISIS PROSPECTIVO AMPLIADO Y DIAGNÓSTICO -----	156
4.1 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS -----	156
4.2 ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE ACTORES (STAKEHOLDERS) -----	161
4.3 CARACTERIZACIÓN SOCIO-ECONÓMICA Y NORMATIVA -----	169

4.4 ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS FODA -----	225
TAREA 5. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA -----	236
5.1 DEFINICIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN -----	236
5.2 DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRODUCTOS Y MERCADOS TURÍSTICOS -----	240
5.3 PROPUESTA DE GOBERNANZA -----	246
5.4 PUESTA EN VALOR DE LA MARCA TURÍSTICA -----	250
5.5 REALIZACIÓN DE JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA VALIDACIÓN DEL PLAN -----	261
TAREA 6. FORMULACIÓN DEL PLAN OPERACIONAL -----	263
6.1 PROGRAMA 1: GOBERNANZA DEL DESTINO -----	266
6.2 PROGRAMA 2: PATRIMONIO DEL PARTIDO -----	269
6.3 PROGRAMA 3: SERVICIOS DE APOYO E INFRAESTRUCTURA -	274
6.4 PROGRAMA 4: OFERTA DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS -----	279
6.5 PROGRAMA 5: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN -----	286
BIBLIOGRAFÍA-----	292
ANEXOS -----	300
FICHAS DE ATRACTIVOS-----	300
CUESTIONARIOS DE ENCUESTAS DE DEMANDA TURÍSTICA -----	356
CONSIGNAS DE JORNADAS PARTICIPATIVAS -----	367
ASISTENTES A REUNIONES Y ENTREVISTAS-----	371
ITINERARIO DEL RELEVAMIENTO TERRITORIAL -----	373
MATERIAL DE DIFUSIÓN UTILIZADO -----	378
-----	379
ASISTENTES A JORNADAS PARTICIPATIVAS -----	380

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Distribución geográfica de los atractivos actuales y potenciales -----	57
Gráfico N° 2. Rubros de prestadores -----	59
Gráfico N° 3 - Clasificación del rubro Alojamiento -----	60
Gráfico N°4 - Distribución geográfica de los alojamientos -----	61
Gráfico N° 5 - Clasificación del rubro Gastronomía -----	62
Gráfico N°6 - Distribución geográfica de los establecimientos gastronómicos -----	63
Gráfico N° 7. Interés a lo largo del tiempo-----	82
Gráfico N° 8. Geolocalización de las búsquedas -----	82
Gráfico N° 9. Interés a lo largo del tiempo-----	83
Gráfico N° 10. Geolocalización por búsquedas -----	83
Gráficos N° 11-12. Seguidores e Interacciones-----	90
Gráfico N° 13. Rango Etario -----	90
Gráfico N° 14. Ubicación geográfica de los seguidores-----	91
Gráficos N° 15-16. Seguidores e Interacciones-----	92
Gráfico N° 17. Rango Etario -----	92
Gráfico N° 18. Ubicación geográfica de los seguidores-----	93
Gráfico N° 19. Seguidores-----	94
Gráfico N° 20. Rango Etario -----	94
Gráfico N° 21. Seguidores-----	96
Gráfico N° 22. Ubicación geográfica de los seguidoresFuente: Estadísticas de la red social Facebook-----	96
Gráfico n° 23 - Provincia de residencia -----	106
Gráfico n° 24 - Localidades en un radio de 200 km de Coronel Suárez -----	107
Gráfico n° 25 - Distribución por edad -----	108
Gráfico n° 26 - Distribución por ocupación -----	108
Gráfico n° 27 - Próximos viajes de turismo-----	109
Gráfico n° 28 - Próximos viajes de turismo por rangos etarios-----	110
Gráfico n° 29 - Localidades de la región visitadas -----	110
Gráfico n° 30 - Colores asociados a Coronel Suárez-----	112
Gráfico n° 31 - Atributos destacados de Coronel Suárez -----	112
Gráfico n° 32 - Valoración sobre grupo de viaje -----	114
Gráfico n° 33 - Valoración sobre actividades más representativas -----	114
Gráfico n° 34 - Valoración como destino de viaje -----	115
Gráfico n° 35 - Nivel de satisfacción -----	116
Gráfico N° 36. Localidad de residencia -----	122
Gráfico N° 37. Distribución por edad-----	123

Gráfico N° 38. Nivel de satisfacción con la oferta turística -----	127
Gráfico N° 39. ¿Es la primera vez que venís a Coronel Suárez? -----	130
Gráfico N° 40. ¿Dónde residís? -----	131
Gráfico N° 41. ¿En qué medio de transporte viniste/vinieron? -----	131
Gráfico N° 42. ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje? -----	132
Gráfico N° 43. ¿Cuál es el motivo de su visita? -----	132
Gráfico N° 44. ¿Cuántas noches estarás/estarán en Coronel Suárez? -----	133
Gráfico N° 45. ¿Dónde duermen/dormirán? -----	134
Gráfico N° 46. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán? -----	134
Gráfico N° 47. ¿Es la primera vez que venís a Villa La Arcadia? -----	135
Gráfico N° 48. ¿Dónde residís? -----	136
Gráfico N° 49. ¿En qué medio de transporte viniste/vinieron? -----	136
Gráfico N° 50. ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje? -----	137
Gráfico N° 51. ¿Cuál es el motivo de su visita a Villa La Arcadia? -----	138
Gráfico N° 52. ¿Cuántas noches estarás/estarán en Villa La Arcadia? -----	139
Gráfico N° 53. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán? -----	139
Gráfico N° 54. Actividades económicas -----	173
Gráfico N° 55. Gasto total -----	174
Gráfico N° 56. Recursos totales -----	175
Gráfico N° 57. Gasto en personal -----	176
Gráfico N° 58. Autonomía municipal -----	176
Gráfico N° 59. Resultado fiscal -----	177
Gráfico N° 60. Deuda municipal -----	178
Gráfico N° 61. Gasto municipal, según función (como % del total del gasto) -----	179

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Reunión de inicio	13
Figura N° 2. Cronograma de trabajo del proceso de formulación del plan	14
Figura N° 3. Captura de pantalla de la reunión	15
	16
Figura N° 4. Captura de pantalla de la reunión	16
Figura N° 5. Captura de pantalla de la reunión	18
Figura N° 6. Captura de pantalla de la reunión	20
Figura N° 7. Identidad visual del Plan	24
Figura N° 8. Micrositio del Plan Horizonte Suárez	29
Figura N° 9. Plataforma #SuárezDecide en el Micrositio del Plan Horizonte Suárez	30
Figura N° 10. Jornada Participativa en Coronel Suárez	46
Figura N° 11. Jornada Participativa en Coronel Suárez	47
Figura N° 12. Jornada Participativa en Villa La Arcadia	48
Figura N° 13. Captura de pantalla de georeferenciación de atractivos del partido de Coronel Suárez	58
Figura N° 14. Rutas y localidades	64
Figura N° 15. Taller de cocreación de experiencias. Villa La Arcadia	70
Figura N° 16. Taller de cocreación de experiencias en Coronel Suárez	72
Figura N° 17. Taller de cocreación de experiencias en Villa La Arcadia	72
	75
Figura N° 18. Taller online para la Consolidación de Experiencias Turísticas	75
Figura N° 19. Taller de consolidación de experiencias turísticas	76
Figura N° 20. Taller de consolidación de experiencias turísticas	76
Figura N° 21. Taller de consolidación de experiencias turísticas	77
Figura N° 22. Temas y consultas relacionadas	84
Figura N° 23. Búsqueda “Oficina de Turismo Coronel Suárez”	85
Figura N° 24. Oficina de turismo de Villa La Arcadia	86
Figura N° 25. Búsqueda Cerro Ceferino	87
Figura N° 26. Búsqueda en TripAdvisor	88
Figura N° 27. Búsqueda en Booking	99
Figura N° 28. Ejemplo Booking	100
Figura N° 29. Búsqueda en Airbnb	100
Figura N° 30. Búsqueda en Despegar.com	101
Figuras N° 31-33. Web Turismo Provincia de Buenos Aires	102
Figura n° 34 - Nube de palabras sobre Coronel Suárez	111
Figura n° 35 - Actividades que les gustaría realizar en coronel suárez	117

Figura N° 36. Atractivos más relevantes del Partido de Coronel Suárez-----	125
Figura N° 37. Palabras con las que un turista identifica Coronel Suárez-----	126
Figura N° 38 . Región Sudoeste -----	209
Figura N° 39. Ruta de la miel pampeana -----	211
Figura N° 40. Dirección de turismo-----	216
Figura N° 41. Logo Suárez Turismo -----	217
Figura N° 42. Paisaje protegido -----	219
Figura N° 43-44. Cartelería de senderos -----	222
Figura N° 45. Isologotipo -----	253
Figura N° 46. Propuesta 1 - Isologotipo-----	254
Figura N° 47. Propuesta 2 - Isologotipo-----	255
Figura n° 48. Modelos de isologos -----	368
Figura 49. Material de difusión para Jornada de diagnóstico propositivo y taller de co creación de experiencias -----	378
Figura 50. Material de difusión para jornada participativa de formulación estratégica -----	379
Figura 51. Taller para la consolidación de los productos turísticos/experiencias y su potencial inserción en el mercado - virtual -----	386
Figura 52-53. Jornada participativa de formulación estratégica - Huanguelen -----	387
Figura 54-55. Jornada participativa de formulación estratégica - Coronel Suárez- -----	388
Figura 56-57. Jornada participativa de formulación estratégica - Villa La Arcadia- -----	389
Figura N° 58-59. Áreas de gobierno asistentes en la presentación del Plan -----	391

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Participantes de la Reunión de Inicio -----	13
Tabla N° 2. Participantes de la Reunión de Presentación del Plan a Áreas de Gobierno Municipal -----	17
Tabla N° 3. Participantes de la Reunión con asociaciones representativas del sector turístico -----	18
Tabla N° 4. Alternativas de marca propuestas -----	22
Tabla N° 5. Información requerida sobre atractivos turísticos -----	38
Tabla N° 6. Información requerida sobre prestadores de servicios turísticos -----	39
Tabla N° 7. Información requerida sobre infraestructura básica de servicios -----	40
Tabla N° 8. Información requerida sobre servicios complementarios -----	41
Tabla N° 9. Información requerida sobre actores de interés -----	42
Tabla N° 10. Información requerida sobre el marco normativo -----	43
Tabla N° 11. Consigna 1 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan -----	48
Tabla N° 12. Consigna 2 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan -----	49
Tabla N° 13. Consigna 3 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan -----	51
Tabla N° 14. Consigna 4 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan -----	52
Tabla N° 15. Consigna 5 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan -----	53
Tabla N° 16. Listado de atractivos turísticos actuales y potenciales -----	54
Tabla N° 17. Conectividad regional -----	63
Tabla N° 18. Servicios e infraestructura por localidad -----	64
Tabla N° 19. Servicios turísticos actuales por localidad -----	67
Tabla N° 20. Ubicación geográfica de los seguidores -----	95
Tabla n° 21 - Atributos destacados de Coronel Suárez por residencia -----	113
Tabla N° 22. Características Encuesta a residentes -----	121
Tabla N° 23. Productos turísticos representativos -----	123
Tabla N° 23. Productos turísticos representativos por edad -----	124
Tabla N° 24. Nivel de satisfacción con la oferta turística por edad -----	127
Tabla N° 25. Potencial impacto del plan de desarrollo turístico -----	128
Tabla N° 26. Potencial impacto del plan de desarrollo turístico por edad -----	129
Tabla N° 27. Características Encuesta a turistas -----	130

Tabla N° 28. Matriz de valoración de los atractivos-----	155
Tabla N° 29. Matriz de actores -----	161
Tabla N° 30. Datos estadísticos de Coronel Suárez-----	171
Tabla N° 31. Análisis FODA de Coronel Suárez -----	225
Tabla N° 32. Objetivos -----	238
Tabla N° 33. Productos turísticos-----	240
Tabla N° 34. Mercados turísticos -----	244
Tabla N° 35. Matriz de productos/mercados-----	244
Tabla N° 36. Resultados consigna 1 de Jornadas Participativas para la validación de plan-----	261
Tabla N° 37. Resultados consigna 2 de Jornadas Participativas para la validación de plan-----	262
Tabla N° 38. Resultados consigna 3 de Jornadas Participativas para la validación de plan-----	262
Tabla N° 39. Resultados consigna 4 de Jornadas Participativas para la validación de plan-----	262
Tabla N° 40. Programas y Proyectos-----	264
Tabla N° 41. Proyectos - Gobernanza -----	266
Tabla N° 42. Acciones e Indicadores - Gobernanza -----	266
Tabla N° 43. Proyectos - Patrimonio-----	269
Tabla N° 44. Acciones e Indicadores - Patrimonio -----	269
Tabla N° 45. Proyectos - Servicios de apoyo e infraestructura -----	274
Tabla N° 46. Acciones e Indicadores - Servicios de apoyo e infraestructura -----	275
Tabla N° 47. Proyectos - Oferta de servicios y experiencias turísticas -----	279
Tabla N° 48. Acciones e Indicadores - Oferta de servicios y experiencias turísticas -----	280
Tabla N° 49. Proyectos - Marketing y comercialización -----	286
Tabla N° 50. Acciones e Indicadores - Marketing y comercialización-----	286
Tabla N° 51. Fichas de atractivos -----	300
Tabla N° 52. Cuestionario Encuesta de Demanda Turística Actual -----	356
Tabla N° 53. Cuestionario Encuesta Oficina de Informes -----	357
Tabla N° 54. Cuestionario Encuesta en eventos -----	358
Tabla N° 55. Cuestionario Encuesta de demanda turística potencial -----	360
Tabla N° 56. Asistentes a reuniones y entrevistas -----	371
Tabla N° 57. Itinerario del relevamiento territorial -----	373
-----	379
Tabla N° 58. Participantes Jornada Participativa para la formulación del Plan + Taller introductorio para la Cocreación de experiencias en Coronel Suárez -----	380

Tabla N° 59. Participantes Jornada Participativa para la formulación del Plan y Taller introductorio para la Cocreación de experiencias en Villa La Arcadia -----	381
Tabla N° 60. Participantes Taller online para la consolidación de experiencias y su potencial inserción en el mercado-----	382
Tabla N° 61. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Huanguelén -----	383
Tabla N° 62. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Coronel Suárez -----	382
Tabla N° 63. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Villa La Arcadia -----	385
Tabla N° 64. Listado de áreas de gobierno asistentes en la presentación del Plan	390

INTRODUCCIÓN

El presente informe expone los resultados finales del “Plan Estratégico de Turismo Sustentable del Partido de Coronel Suárez” cuya formulación estuvo a cargo de la Municipalidad de Coronel Suárez y el Consejo Federal de Inversiones, bajo la asistencia técnica del Estudio Singerman & Makón.

Se trata de un plan de desarrollo turístico que tiene por objetivo contribuir al posicionamiento de Coronel Suárez en el mapa nacional del turismo a partir del potenciamiento de productos turísticos relacionados con la naturaleza, la ruralidad, la cultura y el deporte, de cara a generar oportunidades para que los visitantes vivencien experiencias de calidad, al tiempo que se promuevan nuevos puestos de trabajo e ingresos económicos genuinos para la comunidad.

Para tal fin, en una primera etapa, se llevaron a cabo un conjunto de tareas relativas al inicio del proceso de formulación del Plan, el diseño del sistema de comunicación del plan, el relevamiento y sistematización de información y el análisis prospectivo ampliado y diagnóstico.

Luego, en una segunda etapa, se desarrolló de manera participativa junto a los actores locales, la estrategia del plan, la cual alberga el sistema de decisiones que le da una estructura al Plan Horizonte Suárez.

Seguidamente, se procedió a formular el Plan Operativo, herramienta fundamental para la implementación del plan, constituida por una serie de Programas, Proyectos y Acciones, con horizonte de implementación e indicadores de cumplimiento y resultados.

Así, a lo largo del documento se describen cada una de las instancias del proceso de formulación del plan, los resultados y definiciones correspondientes.

El informe detalla inicialmente el modo en el que se llevó a cabo la puesta en marcha de la formulación del plan, basada en la implementación de una Metodología Agile de Trabajo, la cual promueve la participación activa por parte de todos los actores involucrados directa o indirectamente en el proceso de formulación del mismo.

Posteriormente, presenta los resultados alcanzados en términos del diseño del sistema de comunicación del plan, el relevamiento y sistematización de información y el análisis prospectivo ampliado y diagnóstico.

Luego, se detalla el sistema de decisiones del plan, compuesto por la visión-imagen objetivo, el posicionamiento deseado, los propósitos generales, los objetivos y los ejes estratégicos establecidos para dar marco a las iniciativas del Plan Operativo. A su vez se expone la estrategia de productos y mercados con su respectiva matriz, los lineamientos de comunicación y comercialización y, finalmente, el Plan Operacional, el cual consta de 5 programas anclados en los ejes estratégicos y 23 proyectos, cada uno de ellos con acciones propuestas para alcanzar los objetivos planteados.

Para finalizar, en Anexos, se reflejan los itinerarios de los relevamientos territoriales, el material de difusión producido para la convocatoria a las instancias participativas, los asistentes a cada una de las reuniones mantenidas y a las jornadas participativas, las imágenes capturadas durante las mismas y la metodología utilizada.

TAREA 1. REUNIÓN DE INICIO DE PROCESO DE FORMULACIÓN DEL PLAN

El día 3 de diciembre de 2021, se llevó a cabo la Reunión de Inicio relativa a la puesta en marcha del Plan Estratégico de Turismo Sustentable del Partido de Coronel Suárez.

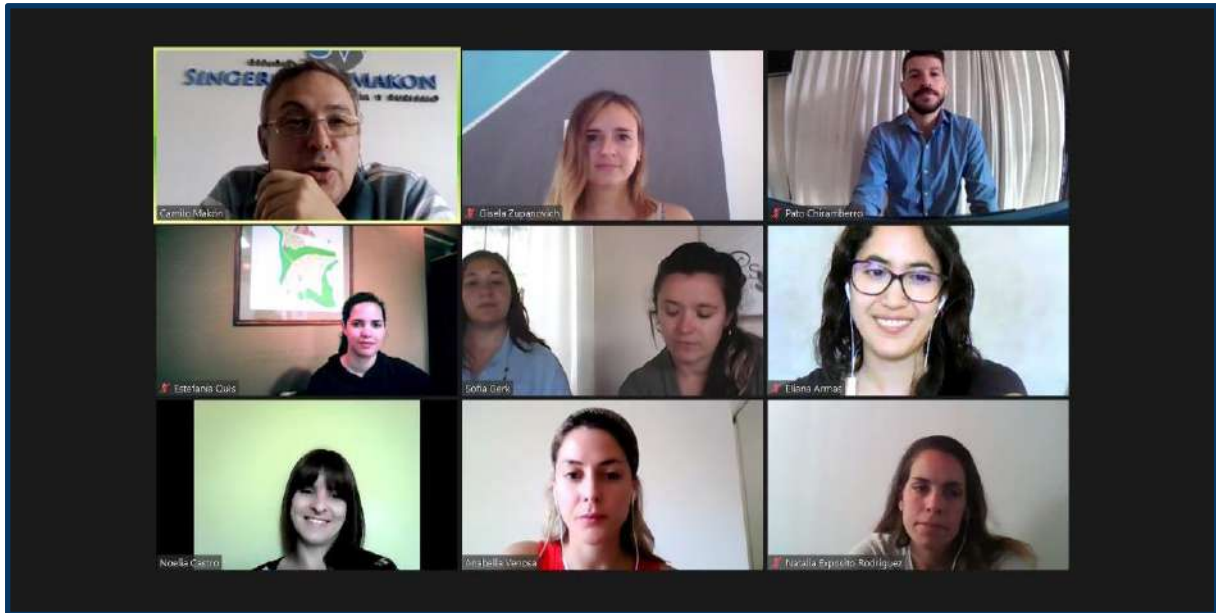


Figura N° 1. Reunión de inicio
Fuente: elaboración propia

Tabla N° 1. Participantes de la Reunión de Inicio

NOMBRE	ENTIDAD/CARGO	FUNCIÓN
Anabella Venosa	Consejo Federal de Inversiones Analista de Desarrollo de Vínculos Comerciales	Referente técnico CFI
Sofía Gerk	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Subdirectora de Turismo	Responsable institucional Equipo Coronel Suárez
Estefanía Quis	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Informante Turístico	Equipo Técnico Coronel Suárez
Romina Lezica	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Informante Turístico	Equipo Técnico Coronel Suárez

Camilo Makón	Estudio Singerman & Makón Socio Gerente	Coordinador de Proyecto
Federico Chiramberro	Estudio Singerman & Makón Coordinador General	Coordinador Técnico
Noelia Castro	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Planificación Turística
Gisela Zupanovich	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Marketing Turístico
Natalia Exposito Rodríguez	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Patrimonio y Sustentabilidad
Eliana Armas	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Turismo Rural

Fuente: elaboración propia



Figura N° 2. Cronograma de trabajo del proceso de formulación del plan

Fuente: elaboración propia

1.1 MINUTA DE LA REUNIÓN

Ajustes del cronograma de trabajo: Se presentó el plan de trabajo actualizado, que contempló cambios en las fechas para el desarrollo del trabajo de campo y en la entrega del presente Informe Parcial, además del adelanto de acciones relacionadas a la etapa de diagnóstico.

Definición del nombre del Plan: Definición de la marca del plan, con su respectiva identidad visual. Para ello, el equipo de la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez (en adelante, ECS) realizó una evaluación de las distintas propuestas de marca presentadas por el equipo técnico de Estudio Singerman & Makón.



Figura N° 3. Captura de pantalla de la reunión
Fuente: elaboración propia

Identificación de Actores de interés: Se acordó la presentación de un listado preliminar de Actores de interés por parte del ECS, necesaria para las diferentes convocatorias a las Jornadas Participativas.

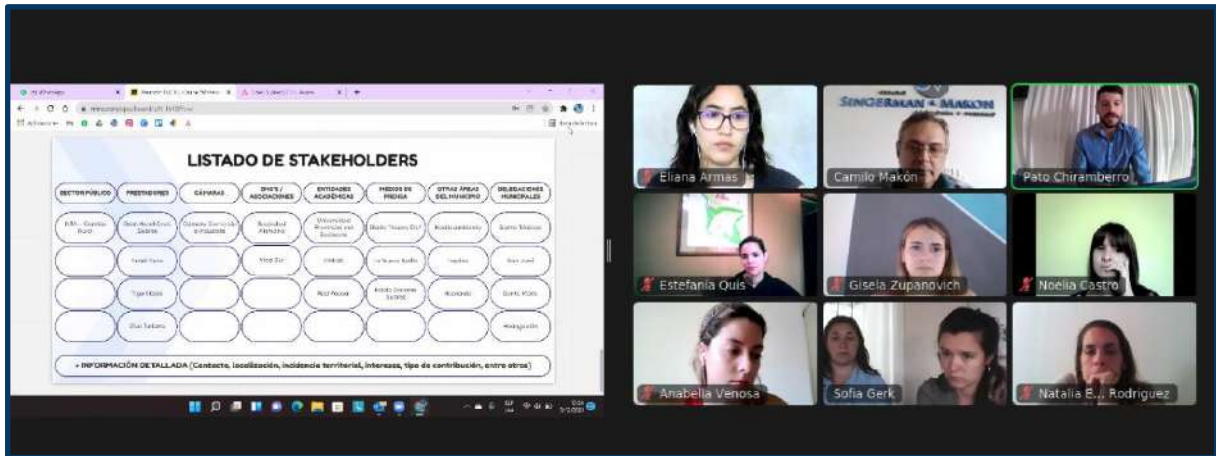


Figura N° 4. Captura de pantalla de la reunión
Fuente: elaboración propia

1.2 REUNIÓN CON ÁREAS DE GOBIERNO MUNICIPAL

El día 21 de diciembre, se llevó a cabo la reunión con funcionarios de distintas áreas de gobierno de la Intendencia Municipal de Coronel Suárez en el marco del Plan Estratégico de Turismo Sustentable del Partido de Coronel Suárez.

Tabla N° 2. Participantes de la Reunión de Presentación del Plan a Áreas de Gobierno Municipal

NOMBRE	ENTIDAD/CARGO	FUNCIÓN
Sofía Gerk	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Subdirectora de Turismo	Responsable institucional Equipo Coronel Suárez
Romina Lezica	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Informante Turístico	Equipo Técnico Coronel Suárez
Celeste Denk	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Informante Turístico	Equipo Técnico Coronel Suárez
Mauro Moccerro	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Jefatura de Gabinete	Jefe de Gabinete
Gastón Duarte	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Secretaría de Gobierno y Seguridad	Secretario de Gobierno y Seguridad
Victoria Cortalezzi	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Dirección de Prensa	Directora de Prensa
Magdalena Graff	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Subdirección de Medio Ambiente	Subdirectora de Medio Ambiente
Marcelo Castorina	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Dirección de Cultura	Director de Cultura
Paula Roigé	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Secretaría de Obras Públicas	Jefa de Gestión en Secretaría de Obras Públicas
Osvaldo Fuentes Lema	Intendencia Municipal de Coronel Suárez Secretaría de Producción	Secretario de Producción
Camilo Makón	Estudio Singerman & Makón Socio Gerente	Coordinador de Proyecto

NOMBRE	ENTIDAD/CARGO	FUNCIÓN
Federico Chiramberro	Estudio Singerman & Makón Coordinador General	Coordinador Técnico
Noelia Castro	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Planificación Turística
Gisela Zupanovich	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Marketing Turístico
Natalia Exposito Rodríguez	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Patrimonio y Sustentabilidad
Eliana Armas	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Turismo Rural

Fuente: elaboración propia

Minuta de la reunión

Presentación del Plan Horizonte Suárez: Se realizó la presentación del Plan, sus objetivos, alcance y cronograma de trabajo. Se hizo especial hincapié en la transversalidad como característica propia de la gestión de la actividad turística. Se invitó a colaborar con antecedentes, proyectos en curso y aportes que consideren de importancia para la etapa de relevamiento y sistematización de la información.

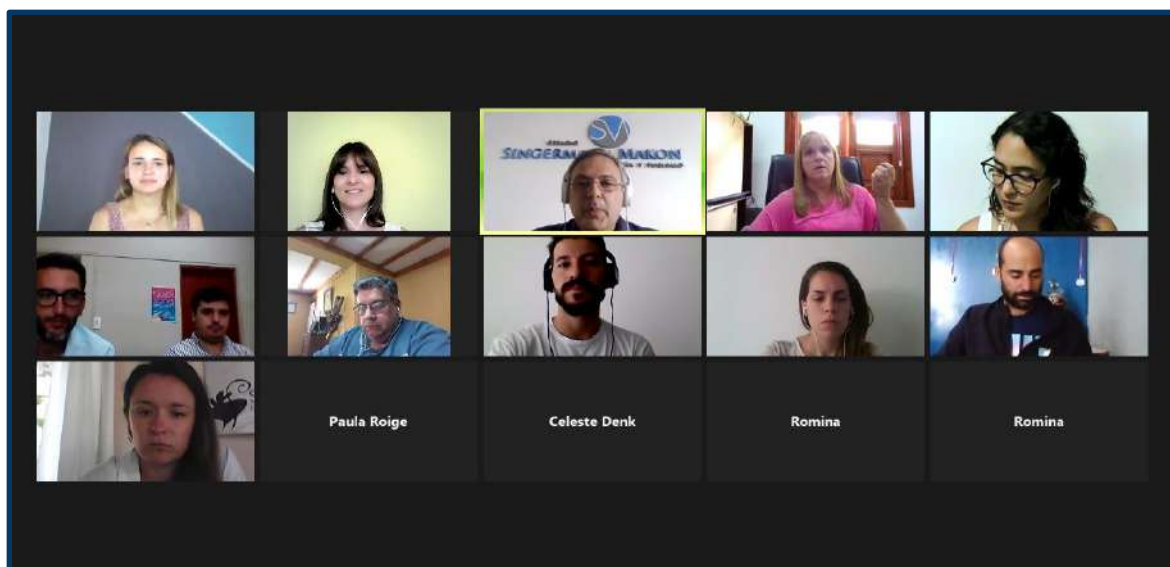


Figura N° 5. Captura de pantalla de la reunión

Fuente: elaboración propia

1.3 REUNIÓN CON ASOCIACIONES

El día 3 de febrero de 2022, se llevó a cabo la reunión con asociaciones representativas del sector turístico en el marco del Plan Estratégico de Turismo Sustentable del Partido de Coronel Suárez.

Tabla N° 3. Participantes de la Reunión con asociaciones representativas del sector turístico

NOMBRE	ENTIDAD/CARGO	FUNCIÓN
Sofía Gerk	Subdirección de Turismo de Coronel Suárez Subdirectora de Turismo	Responsable institucional Equipo Coronel Suárez
Julieta Colonnella	Programa CAMBIO RURAL del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación	Coordinadora Regional
Micaela Costas	Cámara de Comercio, Turismo e Industria de Sierra de la Ventana, Villa la Arcadia y Saldungaray	Integrante de la Comisión Directiva
Rosalía Dukart	Cámara Comercio e Industria de Cnel. Suárez	Integrante de la Comisión Directiva
Camilo Makón	Estudio Singerman & Makón Socio Gerente	Coordinador de Proyecto
Federico Chiramberro	Estudio Singerman & Makón Coordinador General	Coordinador Técnico
Noelia Castro	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Planificación Turística
Gisela Zupanovich	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Marketing Turístico
Natalia Exposito Rodríguez	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Patrimonio y Sustentabilidad
Eliana Armas	Estudio Singerman & Makón Consultora	Experta en Turismo Rural

Fuente: elaboración propia

Minuta de la reunión

Presentación del Plan Horizonte Suárez: Se realizó la presentación del Plan, sus objetivos, alcance y cronograma de trabajo con instancias participativas de la comunidad.

Presentación de las instituciones: Cada institución compartió información sobre sus inicios, quiénes forman parte de la institución, sus objetivos y principales desafíos de cara al futuro. También expusieron experiencias de articulación interna, con el Municipio y con otras instituciones.

Expectativas: Cada institución compartió expectativas y aportes en relación a la formulación del Plan Horizonte Suárez. Las tres representantes coincidieron en la importancia de la mirada regional. Identificaron algunos desafíos como la falta de conectividad que repercute en las reservas y en la posibilidad de cobro electrónico, la deficiente normativa en relación a las actividades en el entorno rural. También expusieron la experiencia de Ente Mixto recientemente implementado en el Municipio de Tornquist.

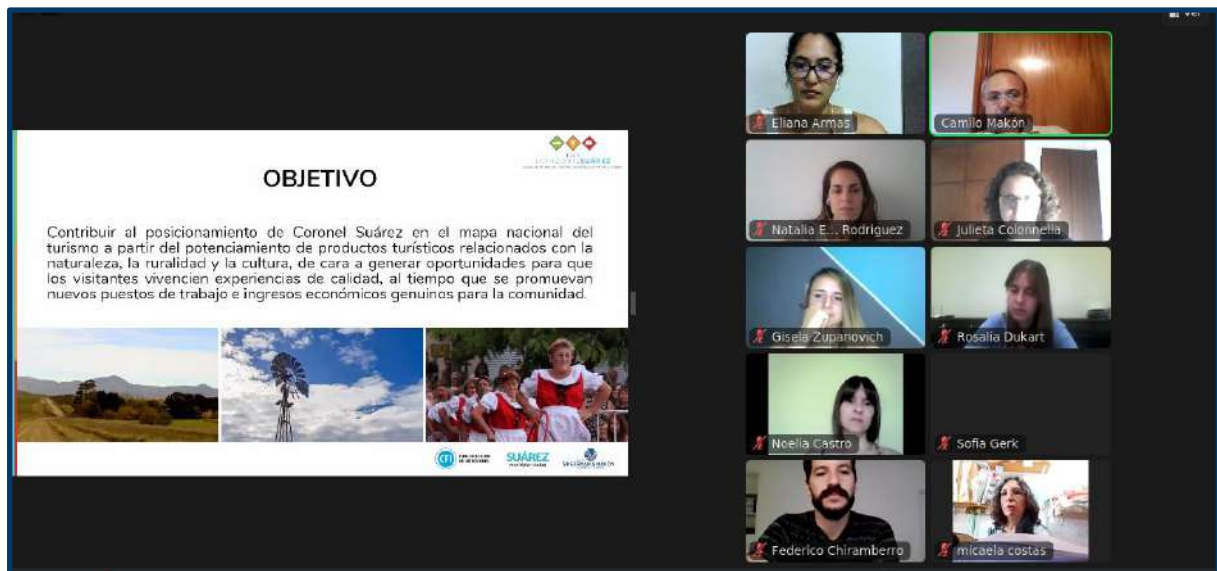


Figura N° 6. Captura de pantalla de la reunión
Fuente: elaboración propia

1.4 METODOLOGÍA AGILE DE TRABAJO

Se propuso a la contraparte la implementación de la Metodología Agile de Trabajo para el proceso de formulación del plan. La misma consiste en la organización del cronograma de trabajo en “sprints”, cada uno de los cuales posee una duración aproximada de 2 semanas, en tanto se consideran la realización de tareas con objetivos y resultados esperados concretos. Por ello, durante cada sprint se efectúan entregas preliminares, denominadas “Documentos de Trabajo”, con el fin de que tanto la contraparte, como todos los actores locales vinculados directa o indirectamente a la actividad turística, tengan noción de los resultados que se están alcanzando, y de esta manera puedan participar de manera activa y brindar un retroalimentación respecto al desarrollo del producto final de cada sprint.



TAREA 2. DISEÑO DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN

2.1 MARCA DEL PLAN

La Marca del Plan se constituye como una herramienta que contribuye a la comunicación y genera referencia entre los **actores locales** que se busca involucrar en el proceso de formulación.

Responde a la necesidad comunicacional derivada de la complejidad técnica de comprender el alcance del Plan y de la dificultad derivada de comunicar su denominación técnica ("Plan Estratégico de Turismo Sustentable del Partido de Coronel Suárez").

Busca empatizar y generar identificación y recordación en las audiencias respecto al propio Plan, en tanto instrumento técnico de planificación turística del destino. La Marca del Plan se integra por una denominación única y una representación gráfica que coadyuva a este objetivo. El nombre y la representación gráfica se sintetizan en un isologotipo.

A continuación se presentan las 3 alternativas de marca del plan propuestas, cada una de ellas con sus respectivas ideas fuerza argumentales.

Tabla N° 4. Alternativas de marca propuestas

PROPUESTAS MARCA DEL PLAN	IDEAS FUERZA
<p>PROPUESTA 1: PLAN "HORIZONTE SUÁREZ"</p> <p>ALTERNATIVA: PLAN "SUÁREZ, DESTINO SIN LÍMITES"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar significa mirar y pensar hacia adelante - Trazar un camino a recorrer - Proyección y certidumbre frente a un escenario actual inquietante - Paisaje: llanura - horizonte
<p>PROPUESTA 2: PLAN "SUÁREZ INVITA"</p> <p>ALTERNATIVA: PLAN "VIVILO EN SUÁREZ"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Anfitriones y hospitalarios: Turismo - Abrir las puertas - Compartir - Sentirse parte, conectarse con el destino, la identidad, naturaleza e historia
<p>PROPUESTA 3: PLAN "SUÁREZ AUTÉNTICO"</p> <p>ALTERNATIVA:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comunidad - Cultura - Colectividades - Ruralidad

PROPUESTAS MARCA DEL PLAN	IDEAS FUERZA
PLAN "SUÁREZ ÚNICO"	- Patrimonio
En todos los casos con el sublema "Plan Estratégico de Turismo Sustentable Coronel Suárez".	

Fuente: elaboración propia

La definición de la Marca del Plan que se presenta a continuación es el resultado del trabajo articulado entre la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez y el equipo técnico del Estudio Singerman & Makón.

PLAN HORIZONTE SUÁREZ

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE CORONEL SUÁREZ

La palabra "HORIZONTE" apela, por un lado, a las bases de la planificación, relacionadas con mirar hacia adelante, hacia el futuro, y trazar un camino a recorrer que nos permita alcanzarlo, en este caso, impulsando la actividad turística, con el eje puesto en la sustentabilidad, que permita expandir los beneficios económicos y sociales del turismo en toda la comunidad, promoviendo la inclusión social, la generación de empleo y el arraigo. Se relaciona, por otro lado, con la idea de proyección, lo cual genera certidumbre frente a un escenario actual inquietante. Por último, apelando a una dimensión paisajística, la palabra "HORIZONTE" se vincula con la llanura pampeana, paisaje predominante del Partido de Coronel Suárez, una dilatada extensión que permite tener amplias visuales.



PLAN
HORIZONTESUÁREZ

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE CORONEL SUÁREZ

Figura N° 7. Identidad visual del Plan

Fuente: elaboración propia

En relación a la identidad visual de la Marca del Plan, se utiliza la fuente Montserrat, una tipografía de palo seco, de clara lectura en todas sus medidas. En relación a la simbología, se utilizan los rombos como elementos destacados. Cada uno de ellos representa uno de los productos turísticos más destacados de Coronel Suárez, los cuales se buscan potenciar a través de la formulación del Plan: Turismo de Naturaleza (asociado a las sierras), Turismo Rural y las Colonias Alemanas.

De esta forma:

El rombo con fondo verde y el elemento “sierras” hace referencia al Turismo de Naturaleza. Este color forma parte de la familia de los colores fríos (transmite tranquilidad y calma, se asocia con la naturaleza, prosperidad, fertilidad, salud, y generosidad).

El rombo con fondo naranja y el elemento “molino” hace referencia al Turismo Rural. Este color forma parte de la familia de los colores cálidos (transmite prosperidad, poder, fuerza, vitalidad, dinamismo, buena salud y felicidad).

El rombo con fondo rojo y el elemento “sombrero” hace referencia al turismo relacionado con las Colonias Alemanas. Este color representa principalmente la alegría, el entusiasmo y lo divertido. Tiene relación con la sociabilidad, la originalidad, la extraversión, la actividad, el entusiasmo y la cercanía.

Además, se utiliza el color gris, que forma parte de la familia de los colores fríos (es un color con balance, que transmite seriedad y profesionalismo) y el color celeste, correspondiente a la Marca de Gestión y a la Marca Turística de Coronel Suárez.

2.2 OBJETIVOS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DEL PLAN

- Obtener, a partir de este Sistema de Comunicación integral, la participación activa e integración de todos los sectores y comunidad en general.
- Generar acciones de identidad y percepción colectiva de imagen y pertenencia, en cuanto a la Marca del Plan.
- Despertar la curiosidad, el interés y la participación de distintos actores que deseen alinearse en una actividad atractiva y sustentable.
- Definir contenidos, mensajes generales, mensajes particulares y estimulación de los canales de comunicación y sus respectivos circuitos de retroalimentación y retroalimentación de los participantes durante el proceso de formulación del plan.
- Estimular con los contenidos de los mensajes y piezas de difusión a todos los actores del sector: cámaras, empresas, emprendedores, trabajadores, comunidades, segmentos educativos y medios de comunicación.
- Promover canales activos, participativos y confiables para el reconocimiento del Plan y los tiempos de su formulación.

2.3 CANALES DE COMUNICACIÓN

A través de este Sistema de Comunicación, se buscó producir contenidos de distintos formatos, protagonizados por los diferentes actores que intervienen en el proceso de formulación del Plan. Se pretendió impactar, descontracturar, seducir, provocar, promover, despertar, estimular, emocionar, reflejar, describir, educar, capacitar, sorprender, convocar e integrar y, en paralelo, se planteó la necesidad de generar mecanismos de retroalimentación e intercambio con los distintos públicos.

PERFILES EN REDES SOCIALES	SITIO WEB DEL MUNICIPIO	MICROSITIO PLAN HORIZONTE SUÁREZ	OTROS RECURSOS (GACETILLAS, MAILING, ETC.)
-----------------------------------	--------------------------------	---	---

2.3.1 Redes sociales

Teniendo en cuenta que el público objetivo del Sistema de Comunicación son los actores presentes en las localidades que conforman el Partido, la comunicación referida a la formulación del Plan se realizó por medio de los perfiles de gestión del gobierno municipal.

En este sentido, el Municipio de Coronel Suárez cuenta con perfiles oficiales activos en Facebook, Instagram y Twitter. Además, la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez posee perfiles en redes sociales orientados tanto a la promoción turística del destino, como a la comunicación interna a prestadores y demás actores involucrados en la actividad turística a nivel local. Los contenidos institucionales son generados a través del Área de Prensa.

FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER
@suarezmunicipio @suarezturismo	@suarezmunicipio @suarezturismo	@suarezmunicipio

Resultó fundamental la difusión de contenidos del Plan a través de los canales mencionados, ya que los usuarios de la comunidad local recibieron información oficial relacionada con los avances en la formulación del mismo. Asimismo, se sugirió categorizar el contenido de acuerdo al funcionamiento y desempeño de cada red social. Para esto, se generaron publicaciones teniendo en cuenta:

- Días y horarios de publicación: según las estadísticas y flujo.
- Categoría del contenido: informativo, inspiracional, gestión.
- Objetivo: si se buscaba informar, transmitir sensaciones, interactuar con la comunidad.
- Contenido: textos y contenido audiovisual a mostrar.
- Lugar de publicación: donde se publica según el contenido.
- Llamado a la acción: si se incluye enlace redireccionando a la web del municipio, a una nota o al micrositio del Plan.

A modo general, para que la comunicación tenga el alcance deseado, se recomendó unificar criterios en el uso de hashtags (#) de base y otros referidos a la acción o hito que se está comunicando. Adicionalmente, se recomendó mencionar (@) a los actores involucrados en el Plan de acuerdo al hito. Por último, para aunar criterios, se recomendó dar a conocer los hashtags entre los actores de interés, para que puedan nutrir la comunicación desde sus redes sociales.

FACEBOOK

- Horarios y días de los posts: Entre 12:00-15:00 hs los días miércoles..
- Categoría: informativo, orientado a mostrar los avances del proceso.
- Objetivo: informar sobre las acciones que se están llevando adelante.
- Contenido: imágenes que pueden incluir textos, infografía.

Para destacar cada etapa / hito del plan se sugirió la incorporación de posts en donde figure una imagen central con el logotipo y un reel de fotos ilustrando la acción/ hito.

INSTAGRAM

- Horario y días de los posts: Desde las 11:00 am los días miércoles..
- Categoría: contenido orientado a atraer la mirada, mostrando momentos, sensaciones, paisajes.
- Objetivo: mostrar sensaciones y momentos. Reflejar el sentido de pertenencia a una comunidad turística.
- Contenido: imágenes y/o videos de alta calidad, donde se muestran paisajes, momentos compartidos, relatos cortos o frases de distintos actores que están participando en el proceso del plan.

Para destacar cada etapa / hito del plan se sugirió la incorporación de posts en donde figure una imagen central con el logotipo y un reel de fotos ilustrando la acción/ hito.

En relación a las historias, se sugirió respetar la gama de colores de la identidad visual del Plan.

- Cantidad/Frecuencia: hasta 10 historias semanales.
- Formato: Vertical

Las historias ilustran cada etapa / hito del plan resumiendo las acciones realizadas. Se propuso la incorporación de sección de historias destacadas con el isologotipo de la Marca del Plan, donde se comunicaron acciones referidas al Plan. Por último, se sugirió incluir el enlace del micrositio en la sección de la BIO .

TWITTER

- Horarios y días de publicación: Desde las 09:00 am. En cuanto a los días de publicación, se sugirió que sea en el mismo día que se realizó la acción.
- Contenido: imágenes, infografía.
- Categoría: informativo, orientado a la gestión.
- Objetivo: informar sobre las acciones que se están llevando adelante. Incorporar las novedades del plan usando #PlanHorizonteSuárez y @ a los referentes de las áreas relacionadas.

2.3.2 Sitio web oficial de la Municipalidad de Coronel Suárez

Home:

- En el sector del menú/Municipalidad/Gobierno/Turismo se recomendó redirigir al Facebook/Instagram oficial de turismo de Coronel Suárez.
- Incorporación de un banner o Llamado a la acción con el isologotipo del Plan que redirija al micrositio Plan Horizonte Suárez.

Noticias:

- Comunicación de los avances del Plan con imágenes que ilustren las notas.
- Sección con noticias relacionadas, que redirija al micrositio del Plan.
- Incorporación de íconos de las redes sociales para compartir las notas.

2.3.3 Micrositio “Plan Horizonte Suárez”

A través de un micrositio exclusivo del Plan, desarrollado por el Equipo Consultor, se compartió información referida al Plan de Trabajo y estado actual del mismo. Además, se incluyó la sección “#SuárezDecide”, una plataforma para que la

comunidad local participe activamente con opiniones, sugerencias e ideas en la formulación del Plan.

La comunicación del Micrositio se dió en redes sociales oficiales, web oficial del municipio, mailing y propaganda en distintos medios de comunicación locales.



Figura N° 8. Micrositio del Plan Horizonte Suárez

Fuente: Elaboración propia



Figura N° 9. Plataforma #SuárezDecide en el Micrositio del Plan Horizonte Suárez
Fuente: Elaboración propia

2.3.4 Otros recursos

GACETILLAS DE PRENSA Y MEDIOS LOCALES

Cada etapa y acción requiere de una gacetilla de prensa con su respectivas fotografías y/o medio visual que sirvan para ilustrar la nota. El Equipo Consultor aportó los contenidos para su confección final y distribución en medios locales por parte del Área de Prensa del Municipio de Coronel Suárez.

SISTEMA DE MAILING Y LISTAS DE DIFUSIÓN

Se sugirió compartir las noticias relacionadas al Plan con enlaces que redireccionan a la sección "Noticias" de la página web oficial, e invitaciones al micrositio para generar aportes en las distintas instancias del Plan.

2.4 HITOS DE LA COMUNICACIÓN

Con el objetivo de ordenar y calendarizar la comunicación se recomendaron hitos o puntos claves, a saber:

LANZAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DEL PLAN

HITO 1. Anuncio del inicio del proceso de formulación participativa del “Plan Horizonte Suárez”

El objetivo es informar a la comunidad local sobre el proceso de planificación estratégica y qué beneficios representa para la comunidad.

Se trata de un hito cuya comunicación se realiza a través de medios locales/regionales y como noticia en el sitio web del municipio (sección Noticias).

A través de redes sociales se genera un enlace a la sección “Noticias” del sitio web del municipio. En instagram se informa del hito a través de una foto de un paisaje de Coronel Suárez junto al isologotipo del Plan.

El público objetivo es la comunidad de Coronel Suárez.

HITO 2. Presentación de marca del “Plan Horizonte Suárez”

El objetivo es informar sobre el proceso de definición de Marca del Plan y sus atributos específicos.

A través de redes sociales se sugiere la incorporación de posteos donde figure una imagen central con el logotipo y un reel de fotos ilustrando la naturaleza, la cultura alemana y el campo. En el cuerpo del post comentar el proceso de definición de marca del plan y sus atributos específicos.

HITO 3. Presentación del micrositio “Plan Horizonte Suárez”

El objetivo es informar a la comunidad local sobre las características y herramientas participativas comprendidas en el micrositio. Reforzar el mensaje de que se trata de

un proceso de planificación estratégica participativa y qué beneficios representa para la comunidad.

A través de redes sociales se comparte una demostración del funcionamiento del mismo.

Se comunica a través de medios de prensa locales y en la sección “Noticias” de la página web oficial.

HITO 4. Reunión con referentes de otras áreas de gobierno

El objetivo es informar a la comunidad local que se trata de un plan integral (participan las diferentes áreas de gobierno), y de transmitir una mirada holística del turismo y un compromiso interáreas para la formulación e implementación del Plan. La comunicación se realiza a través de redes sociales.

HITO 5. Sistematización de la información

El objetivo es informar el estado de avance del plan, exponiendo los alcances de esta acción, qué datos brinda y por qué resulta relevante esta acción.

La comunicación se realiza a través de las redes sociales y en la sección “Noticias” de la web oficial del municipio junto con un enlace al micrositio para ampliar la información.

HITO 6. Estudio de la demanda potencial

El objetivo es informar el estado de avance del plan, exponiendo los alcances de este estudio de la demanda potencial (qué datos brinda y por qué resulta relevante esta acción).

La comunicación se realiza a través de las redes sociales y en la sección “Noticias” de la web oficial del municipio junto con un enlace al micrositio para ampliar la información.

HITO 7. Llamado a la acción. Encuesta de mercado

El objetivo es invitar al público externo a participar de una encuesta de mercado.

La encuesta de mercado se realiza a través de un formulario online que se difunde a través de las redes sociales a un público objetivo de residentes en Argentina, mayores de 18 años, con intereses de viajes.

HITO 7a. #SuárezDecide 1

En esta sección del micrositio Plan Horizonte Coronel Suárez se genera una instancia participativa con la comunidad local siendo cada vecino protagonista de la experiencia turística. A través de un enlace, pueden responder una encuesta elaborada para conocer su percepción, grado de uso y motivaciones vinculados con el uso actual y potencial de la oferta de servicios y atractivos de la localidad.

El objetivo es potenciar la idea de que los servicios turísticos y las nuevas experiencias en el destino están pensados y proyectados para el disfrute de vecinos y turistas por igual.

Se convoca a través de redes sociales y medios locales a la comunidad para participar y compartir su visión / opinión. También se comparten aquí los resultados y retroalimentación obtenida en esta etapa.

TRABAJO DE CAMPO

HITO 8. Preparativos Trabajo de Campo

El objetivo es informar el estado de avance del plan, exponiendo los alcances de esta acción, qué datos brinda y por qué resulta relevante esta acción. Este hito está

asociado al hito 9 y 10 (Jornadas Participativas y Talleres de Co-creación de experiencias).

Resulta interesante realizar un hilo de comunicación que relate todo el trabajo en territorio que se estará desarrollando. Nuevamente se destaca la participación de la comunidad en todo el proceso.

La comunicación se realiza a través de las redes sociales y en la sección “Noticias” de la web oficial del municipio junto con un enlace al micrositio para ampliar la información.

HITO 9. Seguimiento del Trabajo de Campo

El objetivo es informar el estado de avance del plan, exponiendo los alcances de esta acción, qué datos brinda y por qué resulta relevante esta acción.

La comunicación se realiza a través de las redes sociales y en la sección “Noticias” de la web oficial del municipio junto con un enlace al micrositio para ampliar la información.

HITO 10. Jornada Participativa para la Formulación del Plan + HITO 11. Talleres para la Co-creación de experiencias turísticas

Ambos hitos cuentan con 3 (tres) momentos comunicacionales: Etapa de convocatoria, Durante y Después.

Etapa 1 - Convocatoria a las Jornadas Participativas / Talleres para la Co-creación de experiencias turísticas:

Se sugiere realizar la convocatoria de los Actores de interés a través de:

- a. Redes sociales oficiales del Plan y del Municipio:
 - Facebook: Post con flyer informativo.
 - Instagram: Flyer en historias.
 - Whatsapp: Envío de flyer a Actores de interés. Estado de whatsapp (en el

caso de contar con cuentas oficiales)

a utilizar: #JornadasParticipativas #CoronelSuárez #PlanHorizonteSuarez #Convocatoria #SuarezDecide

Todas estas publicaciones tienen un enlace de formulario para inscribirse y un enlace al Micrositio del Plan para más información sobre las actividades que se están desarrollando.

b. Mail:

- Mailing a base de datos de Actores de interés desde el mail oficial de la Subdirección de Turismo del Municipio.

c. Web del municipio:

- Incorporación de un banner en la web oficial del municipio de Coronel Suárez que dirija a una nota ampliada sobre las Jornadas, en donde figuran tanto el enlace de inscripción como el Micrositio del Plan.

d. Micrositio:

- Incorporación de una sección donde se tenga información ampliada sobre las Jornadas Participativas: ¿Para quienes?, ¿por qué?, ¿para qué?

Etapas 2- Durante

Se sugiere subir contenido a redes oficiales:

- Instagram: Historias y Live que relatan la Jornada en tiempo real.
- Twitter: Imágenes del encuentro con un breve texto informativo.

a utilizar: #JornadasParticipativas #CoronelSuárez #PlanHorizonteSuarez #SuarezDecide

Etapas 3 - Finalización de las Jornadas:

Comunicación en los siguientes medios los resultados de las Jornadas:

a. Redes Sociales

- Facebook: Post con infografía de la actividad realizada.
- Instagram: Post con reel de fotografías que ilustren lo vivido durante esas jornadas.

- Twitter: Post con fotografía de la jornada con breve texto informativo.
- b. Web del Municipio:
 - Publicación en el área de noticias una nota que hable sobre los temas tratados durante las jornadas con enlace redirigiendo al micrositio.
- c. Micrositio:
 - Sección de novedades con los resultados y resumen de las Jornadas.

HITO 12. Testimonio de participantes

Este material se incorpora a historias destacadas en Instagram y como post en los perfiles oficiales del Plan y del Municipio. Así mismo, este material está disponible en el micrositio del Plan Horizonte Suárez.

TAREA 3. RELEVAMIENTO Y SISTEMATIZACIÓN DE INFORMACIÓN

Esta tarea tuvo por objeto recabar y sistematizar la información referida a antecedentes de planificación, estudios y proyectos que tengan incidencia sobre el desarrollo turístico del Partido de Coronel Suárez, información general de los atractivos, infraestructura básica y complementaria de servicios y prestadores de servicios turísticos.

Asimismo se realizó una visita a territorio entre los días 08 y 12 de Marzo. A lo largo de la misma se llevaron a cabo Jornadas Participativas para la Formulación del Plan y Talleres de cocreación de Experiencias Turísticas en Coronel Suárez y Villa La Arcadia, un relevamiento territorial de la oferta turística del Partido, reuniones y entrevistas con actores clave y la producción y difusión de documentos de trabajo para obtener retroalimentación de actores locales.

Por otro lado, se realizó un taller de cocreación virtual, a través del cual se brindaron más herramientas para la gestión, promoción y comercialización de experiencias turísticas y un estudio de demanda turística potencial que incluyó un estudio de percepción del Partido de Coronel Suárez como destino turístico, analítica web y una encuesta de mercado online.

Por último, cabe destacar que, a fin de ampliar la disponibilidad de datos estadísticos sobre el destino, el Equipo Consultor implementó, en conjunto con la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez, una Encuesta a Residentes del Partido de Coronel Suárez, a fin de obtener información sobre el perfil sociodemográfico, percepción y motivaciones vinculados con el uso actual y potencial de la oferta de servicios y atractivos de la localidad. En paralelo, desarrolló un instrumento de recolección de datos en oficinas de información turística, con el objetivo de extender la recolección de datos sobre el comportamiento de turistas actuales, que actualmente se limitaba a Villa La Arcadia, y optimizar la implementación del proceso.

3.1 REQUERIMIENTO DE INFORMACIÓN

Esta tarea tuvo por objeto recabar y sistematizar la información referida a antecedentes de planificación, estudios y proyectos que tienen incidencia sobre el desarrollo turístico del Partido de Coronel Suárez, información general de los atractivos, infraestructura básica y complementaria de servicios, prestadores de servicios turísticos, marco normativo y estadísticas de visitantes.

3.1.1 INFORMACIÓN REQUERIDA

Para la sistematización de la información requerida el equipo consultor diseñó tablas por tema con los siguientes campos.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Tabla N° 5. Información requerida sobre atractivos turísticos

CAMPO	DESCRIPCIÓN
NOMBRE DEL ATRACTIVO	[nombre]
CLASIFICACIÓN	Actual / Potencial
UBICACIÓN	[Localidad en la que se encuentra]
DIRECCIÓN	[Dirección en la que se encuentra]
TELÉFONO	[Teléfono de contacto - Si corresponde]
MAIL	[Mail de contacto - Si corresponde]
TIPO	Natural / Cultural
SUBTIPO	Sierras / Lagos y Lagunas / Ríos y Arroyos / Parques / Museos / Religión / Ruinas y sitios arqueológicos / Ferias y mercados / Artesanías y artes populares / Gastronomía típica / Grupos étnicos / Arquitectura / Eventos y fiestas
ESTADO DE CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO	Excelente / Bueno / Regular / Malo
PROTECCIÓN NORMATIVA	Sí / No

TIPO DE PROTECCIÓN	[Tipo de Protección, por ejemplo ORDENANZA]
CAMINO DE ACCESO	[Nombre del Camino de Acceso]
TIPO DE CAMINO DE ACCESO	Asfalto / Ripio / Consolidado / Tierra
ESTADO DE CAMINO DE ACCESO	Excelente / Bueno / Regular / Malo
CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD	Excelentes / Buenas / Regulares / Inexistentes

Fuente: elaboración propia

PRESTADORES DE SERVICIOS

Tabla N° 6. Información requerida sobre prestadores de servicios turísticos

CAMPO	DESCRIPCIÓN
NOMBRE DEL PRESTADOR	[Nombre]
TIPO	Alojamiento / Agencia de viajes / Entretenimiento / Guía de turismo / Actividades turísticas / Gastronomía / Servicio de transporte turístico / Venta de artesanías y regionales
SUBTIPO	<p>SUBTIPOS DE ALOJAMIENTO: Dormis / Camping / Hotel / Apart hotel / Hostel / Residencial / Bungalow o Cabaña / Hostería / Establecimiento rural</p> <p>SUBTIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES: Receptiva / Emisiva / Ambas</p> <p>SUBTIPOS DE ENTRETENIMIENTO: Teatro / Cine / Parque recreativo / Discoteca</p> <p>SUBTIPOS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Cabalgata / Cicloturismo / Trekking / Pesca / Actividades náuticas / Observación de aves / Actividades aéreas / Establecimiento rural</p> <p>SUBTIPOS DE GASTRONOMÍA: Restaurante / Bar</p>

*SÓLO ALOJAMIENTOS	[Capacidad en plazas] + [Categoría]
UBICACIÓN	[Localidad en la que se encuentra]
DIRECCIÓN	[Calle y número]
MAIL	[Correo electrónico de contacto]
TELÉFONO	[Teléfono de contacto]
REDES SOCIALES / SITIO WEB	[Redes sociales disponibles + Sitio web - Si tiene]
HABILITACIÓN MUNICIPAL	Sí / No
MESES DE APERTURA	Estacional / Todo el año
BUENAS PRÁCTICAS SUSTENTABLES	[¿Tiene?] + [¿Cuáles?]
CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD	Excelentes / Buenas / Regulares / Inexistentes / Sin información

Fuente: elaboración propia

INFRAESTRUCTURA BÁSICA DE SERVICIOS

Tabla N° 7. Información requerida sobre infraestructura básica de servicios

CAMPO	DESCRIPCIÓN
LOCALIDAD	[nombre localidad]
AGUA POTABLE	Sí / No
ALUMBRADO PÚBLICO	Sí / No
ENERGÍA ELÉCTRICA	Sí / No
RED DE GAS NATURAL	Sí / No
CLOACAS	Sí / No
TRANSPORTE PÚBLICO URBANO	Sí / No

TERMINAL DE BUSES	Sí / No
ESTACIÓN DE TRENES	Sí / No
AEROPUERTO / AERÓDROMO	Sí / No
TELECOMUNICACIONES	Sí / No
CONECTIVIDAD DIGITAL (INTERNET)	Sí / No
RECOLECCIÓN DE RESIDUOS	Sí / No
CAMINO DE ACCESO 1 Y 2	Ruta Nacional / Ruta Provincial / Camino Rural
ESTADO DEL ACCESO 1 Y 2	Excelente / Bueno / Regular / Malo

Fuente: elaboración propia

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Tabla N° 8. Información requerida sobre servicios complementarios

CAMPO	DESCRIPCIÓN
LOCALIDAD	[nombre localidad]
RADIO	Sí / No
BANCO	Sí / No
CENTRO DE SALUD	Sí / No
FARMACIA	Sí / No
ESTACIÓN DE SERVICIO	Sí / No
OFICINA DE INFORMES TURÍSTICOS	Sí / No
CORREO	Sí / No

Fuente: elaboración propia

ACTORES DE INTERÉS

Tabla N° 9. Información requerida sobre actores de interés

CAMPO	DESCRIPCIÓN
NOMBRE DEL ACTOR DE INTERÉS	[nombre]
LOCALIZACIÓN	[localidad en la que se encuentra]
TIPO	Sector público / Área de Gobierno / Prestador / Cámara / ONG - Asociación / Entidad académica / Medio de prensa
ENTIDAD	[nombre de la entidad a la que pertenece]
CARGO	[cargo que tiene en la entidad a la que pertenece]
MAIL	[correo electrónico de contacto]
TELÉFONO	[teléfono de contacto]
INCIDENCIA TERRITORIAL	Local / Regional / Provincial / Nacional
INTERESES CON EL PROYECTO	[indicar expectativas que tenga sobre el plan]
CONFLICTOS CON EL PROYECTO	[indicar conflictos de interés que tenga sobre el plan]
TIPO DE CONTRIBUCIÓN	[indicar tipo de aporte que pueda hacer para la implementación del plan]

Fuente: elaboración propia

MARCO NORMATIVO

Tabla N° 10. Información requerida sobre el marco normativo

CAMPO	DESCRIPCIÓN
TEMA	Turismo / Ordenamiento territorial / Protección del patrimonio / Fomento o promoción del patrimonio/cultura / Medio ambiente
SUBTEMA	[Ejemplo, Paisaje Protegido]
TIPO DE NORMA	Ley / Decreto / Decisión / Resolución / Disposición / Ordenanza Municipal
ÓRGANO LEGISLATIVO EMISOR	[nombre del órgano legislativo emisor]
NÚMERO / FECHA DE SANCIÓN	[Número / Fecha de sanción]
ALCANCE TERRITORIAL	Local / Provincial / Nacional

Fuente: elaboración propia

Acceso al documento con información sobre ATRACTIVOS, PRESTADORES, SERVICIOS, MARCO NORMATIVO Y STAKHOLDERS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Wlzp1xMGTUMyR7bkeajwE0jloaHmDjua5k1gqV43BNo/edit#gid=0>

COMPENDIO DE ANTECEDENTES

Se indagó tanto en aquellos procesos de planificación que le dan marco a la actividad turística, como en aquellos estudios que se han realizado a través del tiempo y que reflejan desde distintos ámbitos, la historia, cultura y turismo de Coronel Suárez. Dentro de los antecedentes se reconocen los siguientes:

A. Antecedentes de planificación en el territorio.

- Plan de Turismo del Sudoeste Bonaerense “14 Municipios, 1 Destino”.

Desarrollado desde la Federación Económica de la provincia de Buenos Aires. Busca posicionar el sudoeste bonaerense como un destino de experiencias, consolidando y promocionando en términos integrales y de regionalización.

- Plan Estratégico Participativo Productivo Regional.

El mismo incluye el análisis de diferentes cadenas productivas, entre ellas la cadena de turismo. Hace referencia al turismo en la región incluye un relevamiento de planta -prestadores turísticos, instituciones y otros servicios- y de atractivos.

- Plan Provincial de Turismo Rural y Periurbano - 2021

La provincia de Buenos Aires se ha transformado en un sinónimo de turismo rural por las características de su territorio: espacios que impulsan la actividad productiva y que conviven con áreas protegidas naturales y enormes extensiones de tierra. El plan cuenta con tres etapas -diagnóstica, propositiva y gestión-.

- Proyecto de Señalética de Coronel Suárez - 2015

Con el objetivo de orientar, informar e identificar el proyecto contempla la implementación de cartelería en las diferentes rutas de acceso y en los accesos a las Colonias Alemanas, remarcando los lugares a visitar, alojamientos, la restauración, etc, lo que permitiría captar turistas y visitantes e informarles al respecto.

- Turismo Rural y Asociativismo. “La experiencia de la Red de Turismo Rural centro sur de la provincia de Buenos Aires”. INTA - Cambio Rural

Se detalla la experiencia y las acciones desarrolladas sobre el trabajo del programa “Cambio Rural” -experiencia asociativa de pequeños y medianos productores agropecuarios y prestadores de servicios que ofrecen propuestas de turismo rural atendidas por sus propios dueños-.

- Ruta Turística de la Miel Pampeana

Los municipios participantes de este proyecto detectan la necesidad de unirse en pos de crear un área de participación regional, comunicación distrital y, de este modo, lograr una estructura institucional mayormente consolidada entre Municipios vecinos. Para tal finalidad se realiza una búsqueda dentro de la amplia variedad de recursos turísticos, culturales, productivos y se identifica como elemento central y aglutinante a la miel, producción compartida por toda la región.

Programas en los que se encuentra adherido:

- Santa María, forma parte desde el 2010 del “Programa Pueblos Turísticos”.
- Programa Destinos de Calidad y Sostenibles, 2021.
- ReCreo Web y ReCreo Aplicación Móvil, 2021.
- Adhesión al “Fondo Especial Municipal para la Reactivación Cultural y Turística”, 2020.

B. Estudios realizados que tienen o pueden tener incidencia sobre el turismo en el Partido.

- “Cultura, identidad y territorio: reflexiones para el desarrollo de una estrategia de diferenciación del servicio agroturístico en emprendimientos de un Grupo de Cambio Rural (INTA) del partido de Coronel Suárez (Buenos Aires)”. Artículo de Mundo Agrario, 2013.
- “El turismo cultural en la localidad de Coronel Suárez: el aporte de las colectividades italiana y española”. Tesina de Licenciatura en Turismo, 2018.
- “El turismo rural. Influencia de la crisis económica y social de los últimos 10 años en Argentina - Caso Cnel Suarez”, 2011.

*Enlace de acceso a la carpeta de consulta de antecedentes del plan:
https://drive.google.com/drive/folders/1KjuFnpuW1XS8cHrtzqj6UGotGR_TpaJF

3.2 REALIZACIÓN DE JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN

3.2.1 OBJETIVO

Conocer la percepción, valoración y expectativas de los actores locales, intercambiar perspectivas en relación a las oportunidades y desafíos para el desarrollo turístico sustentable, identificar hitos turísticos actuales, potenciales y la visión y posicionamiento deseado.

3.2.2 METODOLOGÍA DE TRABAJO

En función de las distancias entre las localidades que forman parte del Partido, y en conjunto con las autoridades de la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez, se definió ampliar la cantidad de Encuentros de Trabajo previstos en el Plan, con el objeto de facilitar la participación de todos los actores del Partido que se encuentran interesados en el proceso de formulación del Plan. De esta forma, se llevó a cabo una Jornada Participativa de Formulación del Plan en la ciudad de Coronel Suárez, en la que participaron 16 actores locales, y otra en la localidad de Villa La Arcadia, con una convocatoria de 14 personas. El listado completo de participantes se encuentra en la sección "Anexos".



*Figura N° 10. Jornada Participativa en Coronel Suárez
Fuente: Jornada Participativa para la Formulación del Plan*



*Figura N° 11. Jornada Participativa en Coronel Suárez
Fuente: Jornada Participativa para la Formulación del Plan*

Las jornadas se estructuraron en los siguientes bloques:

- **BLOQUE 1:** Apertura a cargo de autoridades municipales.
- **BLOQUE 2:** Presentación del plan de trabajo para la formulación del plan, objetivos, cronograma, alcance y resultados esperados, diseño y conformación de experiencias auténticas que pongan en valor la identidad local; generación de propuestas integradas; la importancia de la cooepetencia.
- **BLOQUE 3:** Espacio de intercambio en grupos de discusión sobre las consignas de trabajo establecidas en la Guía de Pautas.
- **BLOQUE 4:** Puesta en común en la sala general de los resultados obtenidos en los grupos de discusión.



*Figura N°12. Jornada Participativa en Villa La Arcadia
Fuente: Jornada Participativa para la Formulación del Plan*

3.2.3 RESULTADOS DE LAS JORNADAS PARTICIPATIVAS PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN

Tabla N° 11. Consigna 1 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan

C1. Progresos que las personas que participaron esperan que promueva el Plan.
<u>ECONÓMICOS</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Más trabajo y mayor llegada de turistas - Mayor inversión pública - Ampliación de la infraestructura - Mantenimiento de caminos vecinales y rutas - Incentivos fiscales y Aportes No Reembolsables. - Economía más activa, ingresos genuinos y diversidad comercial - Capacitaciones para el sector turístico y mayor desarrollo de la hotelería
<u>SOCIALES</u>

- Abordar problemáticas sociales de manera global e identificar necesidades vinculadas a la actividad turística post pandemia
- Exposición de las tradiciones y valorización del patrimonio y los personajes históricos
- Mayor difusión de la gastronomía y su historia
- Aumentar el sentido de pertenencia y el arraigo de la juventud
- Mayor previsibilidad para prestadores turísticos, asociada al volumen de turistas y su comportamiento en el destino para mejorar su oferta.
- Mayor y mejor comunicación, articulación y asociatividad
- Promover nuevos eventos tales como el Día de Villa La Arcadia

AMBIENTALES

- Mayor y mejor recolección de residuos
- Mayor y mejor cuidado de los recursos ambientales
- Desarrollo de nuevos senderos en espacios naturales para la práctica de senderismo
- Promover obras que mejoren el acceso y disfrute a los cuerpos de agua, tales como las bajadas, los balnearios
- Fomentar el avistaje de fauna y flora local
- Fomentar actividades agroecológicas
- Fomentar la actividad deportiva en espacios al aire libre
- Promover el reciclado en zonas urbanas y en el campo
- Crear conciencia, contagiar conductas preservacionistas y dar el ejemplo como anfitriones

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados de la Jornada Participativa

Tabla Nº 12. Consigna 2 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan

C2. Fortalezas y Debilidades del Partido de Coronel Suárez como destino turístico.

FORTALEZAS

- Variedad de atractivos y oferta
- Oferta gastronómica, excepto en Villa La Arcadia donde faltan gastronómicos
- Oferta de alojamiento en Villa La Arcadia
- Eventos: Fiestas Alemanas, "Mundialito" (Fútbol)
- Tranquilidad: Disponibilidad de espacios agrestes

- Naturaleza: Actividades al aire libre como ciclismo y atletismo, paisajes, arroyos, campos, preservación de plantaciones históricas y disfrute de los colores del otoño en Villa La Arcadia
- Patrimonio y arquitectura histórica
- Construcciones modernas, especialmente en Cerro Ceferino, Villa La Arcadia, donde también se encuentra el proyecto Jardines de Pillahuinco
- Ubicación del Partido y cercanía de las localidades que lo conforman
- Marco legal: Bioconstrucción habilitada y ordenanza para preservar espacios naturales en Villa La Arcadia
- Posicionamiento: Ser un destino nuevo
- Gente: Actitud colaborativa y con experiencia en redes
- Aeródromo con infraestructura para servicios regulares de transporte de pasajeros.
- Seguridad
- Coronel Suárez, Capital Nacional del Polo

DEBILIDADES

- Saturación de servicios públicos cuando aumenta la cantidad de turistas (agua, por ejemplo)
- Oferta de transporte interno insuficiente - poco acorde a las características del destino-
- Falta de información, trabajo articulado entre prestadores y promoción del destino
- Falta de infraestructura y mantenimiento en Villa La Arcadia.
- Conectividad: Accesos y rutas en mal estado (RP 67, RP 85 a Guaminí en mal estado, RP 76 a Villa La Arcadia en mal estado) y privatización de caminos vecinales en Villa La Arcadia.
- Ausencia de cartelería y señalética a lo largo del partido.
- Falta de baños públicos en espacios de alta concentración de visitantes.
- No hay marco legal para la habilitación de guías.
- Falta de eventos culturales, espacios para artistas locales, calendario cultural, museos, Ferias de Artesanos y puesta en valor del Mercado de las Artes en Coronel Suárez.
- Falta de capacitaciones y recursos humanos especializados en turismo.
- Coronel Suárez: Deficiencia en alojamientos, falta de camping, y agencias de viajes receptoras
- Colonias Alemanas: Falta de propuestas

- Villa La Arcadia: No se respeta la separación de residuos, hay un solo punto limpio y basural a cielo abierto
- Villa La Arcadia: Sistema de salud
- Villa La Arcadia: Complejidades vinculadas a la gestión por encontrarse a 100km de la ciudad cabecera (Más cercanía al municipio de Tornquist, Sierra de la Ventana)

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados de la Jornada Participativa

Tabla N° 13. Consigna 3 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan

C3. Atributos que diferencian, identifican y hacen único como destino al Partido de Coronel Suárez.	
<u>NATURALES</u>	<ul style="list-style-type: none"> -Zona agrícola ganadera -Campo agroecológico y corredores biológicos -Sierras, aunque mayormente privadas en Villa La Arcadia -Lagunas y arroyos -Río Sauce Grande y actividades en el río, como pesca -Villa La Arcadia: Cerro Ceferino y caminatas por calles de tierra con arbolados -Villa La Arcadia: Potencial calles más prolijas, más limpieza de los arroyos y camino de piscicultura
<u>CULTURALES / ARTÍSTICOS</u>	<ul style="list-style-type: none"> -Artesanos, talleres (música, baile) y teatro -Bandas locales -Coronel Suárez: Alianza Francesa, Exposición rural y Feria de Arte -Villa La Arcadia: Capilla y Museo Silvia Marcolini -Colonias: Iglesia de la Colonia 2, Cementerios, Füllsen Fest, Strudel Fest y Volga Fest, Fiestas Kerb -Villa La Arcadia: Potencial Fiesta de la localidad, promover el embellecimiento de los jardines, recorridos llamativos con luces
<u>RURALES</u>	<ul style="list-style-type: none"> -Producción de alfajores y chocolates, cerveza artesanal, chacinados, arándanos, miel y lúpulos. -Fabricación de tacos de polo -Alimentos agroecológicos

	<p>-Villa La Arcadia: Cerro Cruz, Circuito Turístico Peralta Bonete y El Cóndor</p> <p>-Villa La Arcadia: Potencial Feria de Artesanos</p>
<u>HISTÓRICO / PATRIMONIALES</u>	<p>-Personajes históricos: Lothan Hermann, Oscar Tevez (Escritor de la Guerra de Malvinas), Salvador Schneider (Pintor), Sergio Denis (Cantante), Juan Carlos Harriott (Jugador de Polo), Julián Etulain (Jugador de Golf)</p> <p>-Arquitectura y monumentos en Coronel Suárez: Túneles masones, Iglesias, Mástil, Cristo, Biblioteca (historias ligadas a la Masonería), Fortín “El Campamento”</p> <p>-Leyenda “Oro de Nazis”</p> <p>-Villa La Arcadia: Ymcápolis, Casas antiguas, Casa Rayces, Almacén Susana</p> <p>-Villa La Arcadia: Potencial preservar el Ombú del hotel Pillahuinco</p> <p>-Casco histórico: Potencial cartelería con información sobre las casas históricas</p>
<u>DEPORTIVOS</u>	<p>-Posibilidad de practicar una amplia variedad de actividades deportivas (Fútbol, tenis, hockey, rugby, bochas, patín), deportivas-recreativas vinculadas a la cultura alemana (Kosser y Fahrtraitie) y otras como rally.</p> <p>-Disponibilidad de espacios públicos para practicar running, biking y otras actividades como yoga.</p> <p>-Presencia de clubes de Polo</p> <p>-Villa La Arcadia: Club Fénix y Club Social Arcadia</p> <p>-Senderos aptos para potenciales carreras a nivel nacional.</p>

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados de la Jornada Participativa

Tabla Nº 14. Consigna 4 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan

C4. Principales intereses / motivaciones de los actuales o potenciales turistas.

- Colonias Alemanas
- Naturaleza, paz y silencio
- Gastronomía típica, eventos gastronómicos y cerveza artesanal

- Excursiones
- Seguridad
- Fiestas
- Exploración de artesanías
- Salud
- Tranquilidad
- Voluntariados (Segmento joven)
- Fiestas (Casamientos, Polo), eventos musicales, diversión
- Villa La Arcadia: Aire puro, acceso fácil al río y a las sierras con grandes espacios sin tanta gente

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados de la Jornada Participativa

Tabla N° 15. Consigna 5 de las Jornadas Participativas para la Formulación del Plan

C5. Cómo les gustaría que fuera percibido el Partido de Coronel Suárez.

- Destino hospitalario y con buenos anfitriones
- Destino con diversa oferta turística
- Destino con buena gastronomía
- Destino con tradiciones
- Destino con cultura e historia
- Destino con paisajes naturales, diferentes especies, belleza a lo largo de todas las estaciones y conectado con la naturaleza
- Dentro de un corredor turístico regional
- Destino con identidad, que no pierde su esencia
- Destino prolijo, seguro y con buena calidad de vida
- Destino donde se valora al turista

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados de la Jornada Participativa

3.3 RELEVAMIENTO TERRITORIAL DE LA OFERTA

3.3.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS ACTUALES Y POTENCIALES

A partir de la información provista por la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez y el relevamiento territorial llevado adelante por parte del equipo consultor, se evidencia que el partido cuenta con 63 atractivos turísticos actuales y potenciales. En relación a la distribución espacial de los mismos, se observa una alta concentración de los mismos en Coronel Suárez y Villa La Arcadia (44% en total). Los restantes atractivos, que en su conjunto conforman el 56%, se encuentran distribuidos de forma equitativa en las demás localidades que forman parte de Coronel Suárez, con una presencia levemente superior en Huanguelén y la Colonia Santa María.

Tabla Nº 16. Listado de atractivos turísticos actuales y potenciales

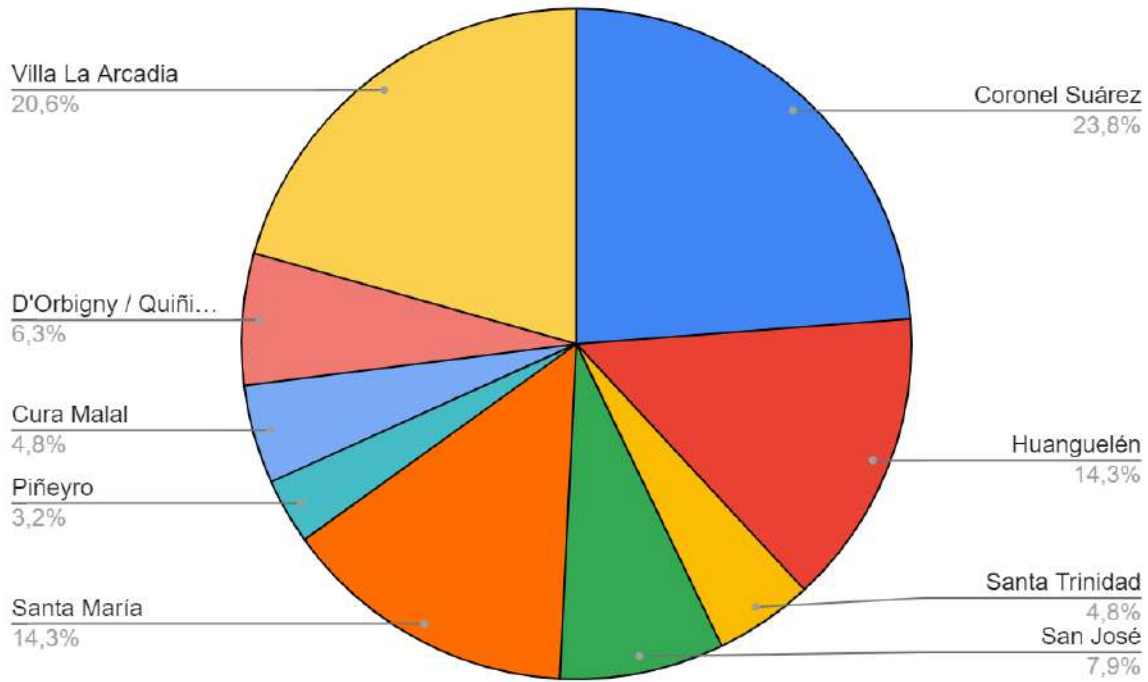
	ATRACTIVO	LOCALIDAD
1	Cine y teatro de la Asociación Italiana	Coronel Suárez
2	Salón y Teatro Cervantes de la Asociación Española	Coronel Suárez
3	Sinagoga y salón de la Asociación Israelita	Coronel Suárez
4	Mercado de Las Artes Jorge Luis Borges	Coronel Suárez
5	Isidoro Espacio de Arte	Coronel Suárez
6	Hotel Boutique La Casa	Coronel Suárez
7	Balneario Municipal "Samuel Davies"	Coronel Suárez
8	Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
9	Circuito Cultural	Coronel Suárez
10	Circuito Histórico	Coronel Suárez
11	Iglesia Nuestra Señora del Carmen	Coronel Suárez
12	Mástil Patrio	Coronel Suárez
13	Coronel Suárez Polo Club	Coronel Suárez
14	Aero Club Coronel Suárez	Coronel Suárez
15	Estancia - Lavandas de las sierras	Coronel Suárez
16	Museo Baldomero Fernández	Huanguelén

17	Paseo de las Esculturas	Huanguelén
18	Estación de Trenes	Huanguelén
19	Parrilla Pa Usted	Huanguelén
20	Parque Recreativo	Huanguelén
21	Casa Larralde	Huanguelén
22	Puesto de Estancia	Huanguelén
23	Centro Cultural Municipal	Huanguelén
24	L.O.H. Aceitera	Huanguelén
25	Iglesia Santísima Trinidad	Santa Trinidad
26	Cementerio Colonia 1	Santa Trinidad
27	Volga Fest - Anfiteatro	Santa Trinidad
28	Iglesia San José Obrero	San José
29	Sede de la Asociación Cultural Germano Argentina	San José
30	Füllsen Fest	San José
31	Fiestas Patronales (Kerb)	San José
32	Escultura "Sergio Denis"	San José
33	Club Social, Deportivo y Cultural El Progreso	Santa María
34	Parroquia Natividad De María Santísima	Santa María
35	Fiestas Patronales (Kerb)	Santa María
36	Strudel Fest	Santa María
37	La Casa Del Fundador	Santa María
38	Centro Cultural Héctor Maier Schwerdt	Santa María
39	Weinmann Haus / Baum Chocolates	Santa María
40	Museo A Cielo Abierto	Santa María
41	Kinderken Platz	Santa María
42	Club Piñeyro	Piñeyro

43	Sendero Piñeyro	Piñeyro
44	Pulpería La Tranca	Cura Malal
45	Mural y Plaza María del Rosario de San Nicolás	Cura Malal
46	Sendero El Caminante	Cura Malal
47	Almacén de Campo de Pedro Meier	D'Orbigny / Quiñihual
48	Sociedad Cultural y Deportiva D'Orbigny	D'Orbigny / Quiñihual
49	Capilla D'Orbigny - Ermita de María	D'Orbigny / Quiñihual
50	Escultura El Bolsero	D'Orbigny / Quiñihual
51	Zona de Casas Históricas	Villa La Arcadia
52	Taller de cerámica "Ver, Creer y Ser"	Villa La Arcadia
53	Sector de fogones en la costa del río, bajo el Puente Negro	Villa La Arcadia
54	Puente Negro	Villa La Arcadia
55	Plaza - Feria de Semana Santa/Via Crucis	Villa La Arcadia
56	Capilla Nuestra Señora de Lourdes	Villa La Arcadia
57	Ymcapolis	Villa La Arcadia
58	Balneario El Dique	Villa La Arcadia
59	Cerro Ceferino	Villa La Arcadia
60	Futura plaza sustentable	Villa La Arcadia
61	La Hoya	Villa La Arcadia
62	Estancia El Pantanoso - Lavandas de las Sierras	Villa La Arcadia
63	Circuito Peralta - Bonete	Villa La Arcadia

Fuente: Elaboración propia, en base a relevamiento territorial

Gráfico N° 1. Distribución geográfica de los atractivos actuales y potenciales



Fuente: Elaboración propia

3.3.2 GEOREFERENCIACIÓN DE LOS ATRACTIVOS RELEVADOS

A continuación se presenta mapa interactivo, donde se encuentran georreferenciados con su respectivo nombre, cada uno de los sitios relevados:

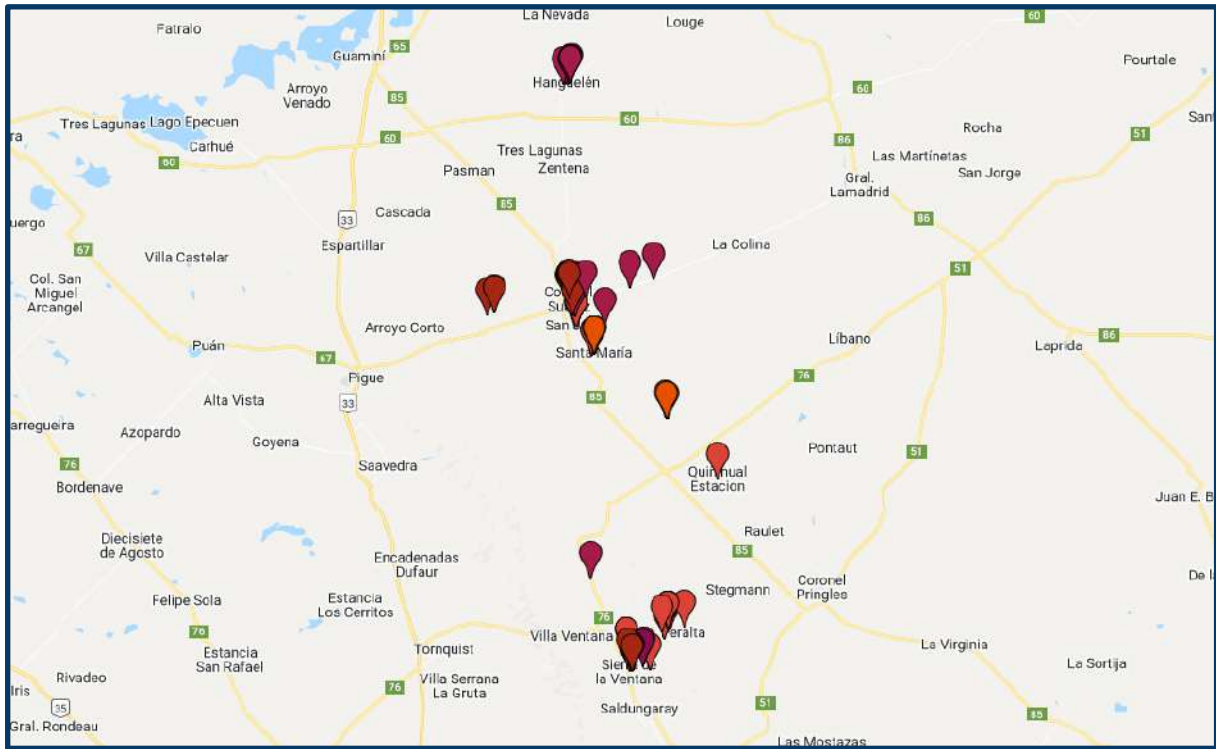


Figura Nº13. Captura de pantalla de georeferenciación de atractivos del partido de Coronel Suárez
Fuente: Elaboración propia

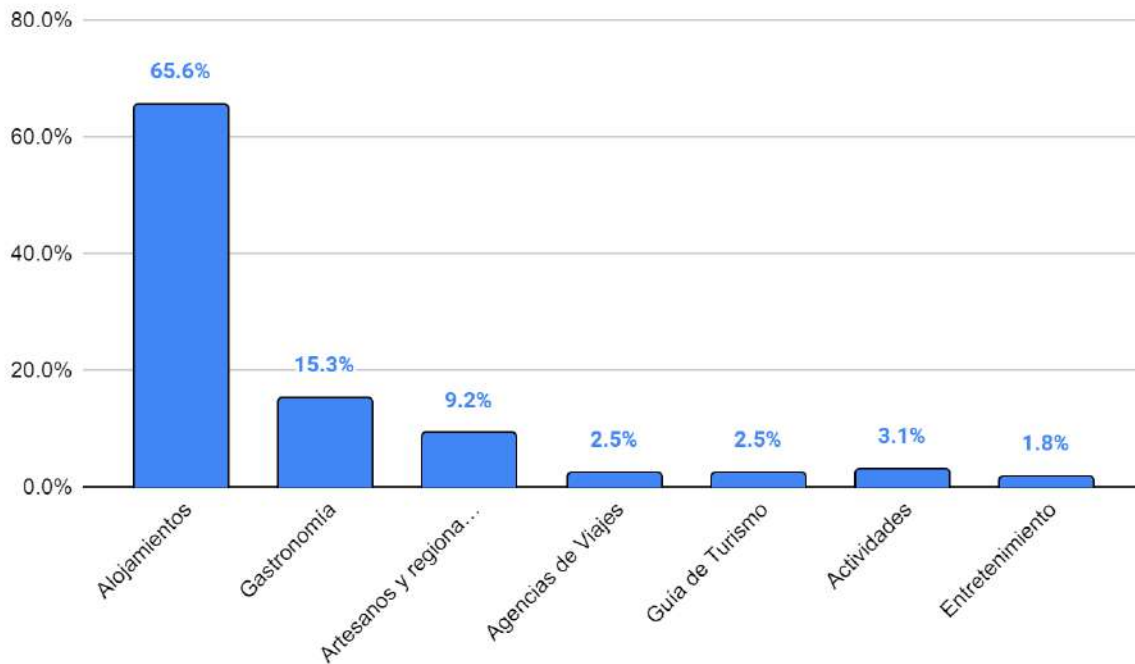
En el siguiente enlace se podrá encontrar la georeferenciación de los puntos relevados:

<https://www.google.com/maps/d/u/0/edit?mid=1bEroyLtgF2yary4C0PxQyZ6aJf89I12B&ll=-37.484907026228655%2C-62.111210305665004&z=14>

3.3.3 PRESTADORES DE SERVICIOS

A partir de la información provista por la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez y el relevamiento territorial llevado adelante por parte del equipo consultor, se observa que el partido de Coronel Suárez cuenta actualmente con 163 prestadores de servicios vinculados al turismo. Se realizó un análisis de los distintos rubros, cuyos resultados indican que los prestadores de servicios de alojamiento representan el 65,6% del total, seguido por los gastronómicos con el 15,3%, y los prestadores de artesanías y regionales con el 9,2%.

Gráfico N° 2. Rubros de prestadores



Fuente: Elaboración propia

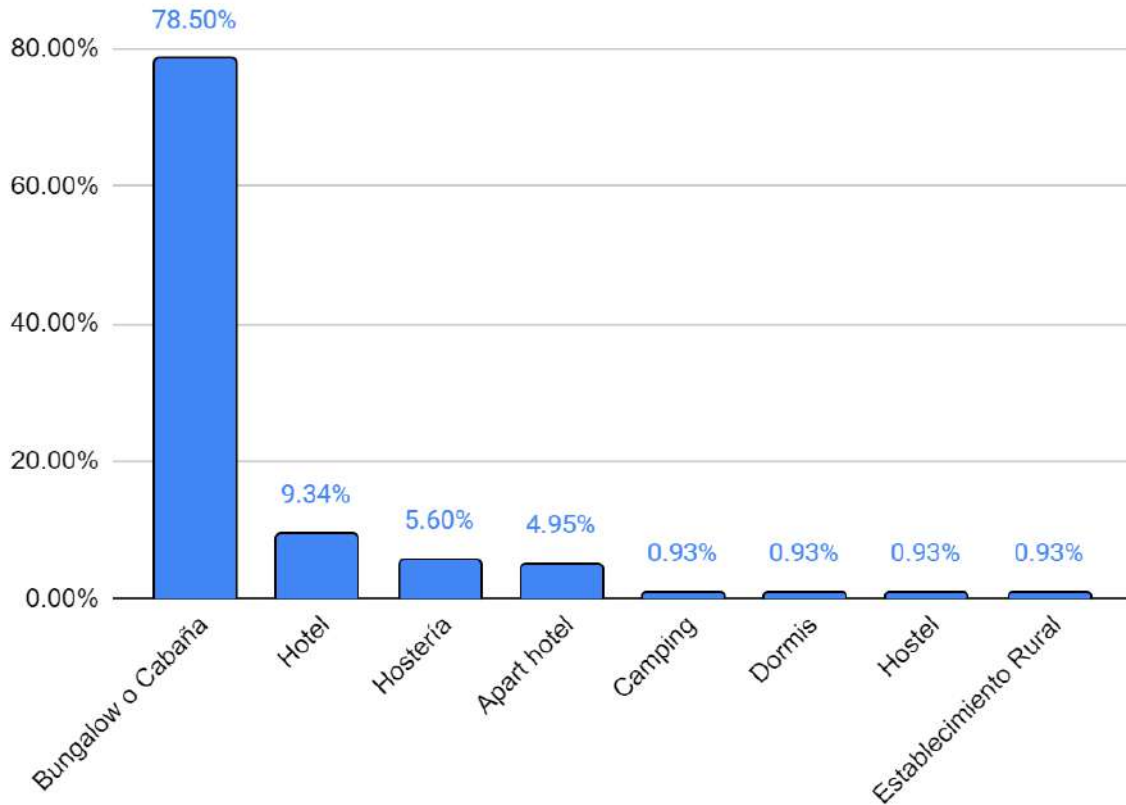
Cabe destacar que, en base a información de la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez, el 58,1% cuenta con habilitación municipal. Dentro del 41,9% que no tiene habilitación, el 83,58% corresponde a prestadores de servicios de alojamiento.

ALOJAMIENTO

Actualmente, el partido de Coronel Suárez cuenta con 106 alojamientos, de los cuales el 78,5% son bungalow o cabañas, mientras que los hoteles representan un 9,34% del total y las hosterías constituyen un 5,60%. El resto de los alojamientos conforman una oferta constituida por apart hoteles (4,95%), dormis (0,93%), campings (0,93%), hostels (0,93%) y establecimientos rurales (0,93%).

En total, el partido cuenta con un total de 1242 plazas en alojamientos turísticos registrados, junto a 250 plazas en campings.

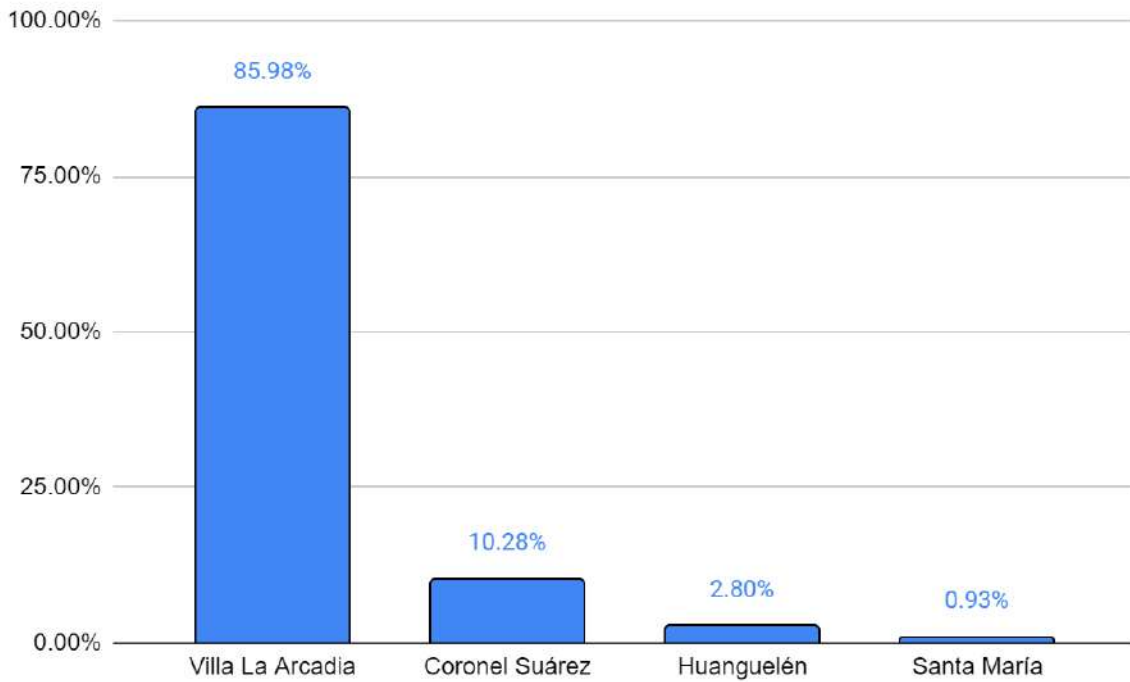
Gráfico N° 3 - Clasificación del rubro Alojamiento



Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que, en cuanto a la distribución espacial, se observa un alto grado de concentración en Villa La Arcadia, con un 85,98% de la oferta total, seguido por Coronel Suárez con un 10,28%.

Gráfico N°4 - Distribución geográfica de los alojamientos

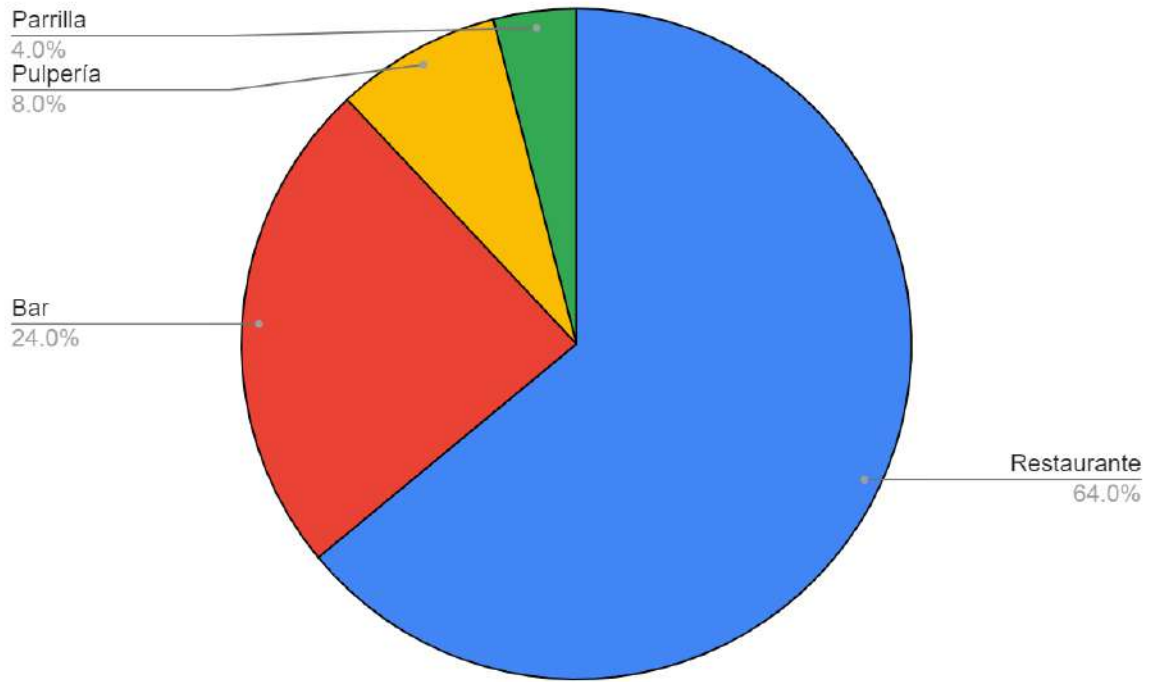


Fuente: Elaboración propia

GASTRONOMÍA

Actualmente, el partido de Coronel Suárez cuenta con 25 establecimientos gastronómicos, de los cuales el 64% son restaurantes, mientras que los bares representan un 24% del total, las pulperías un 8% y el 4% restante lo constituyen las parrillas.

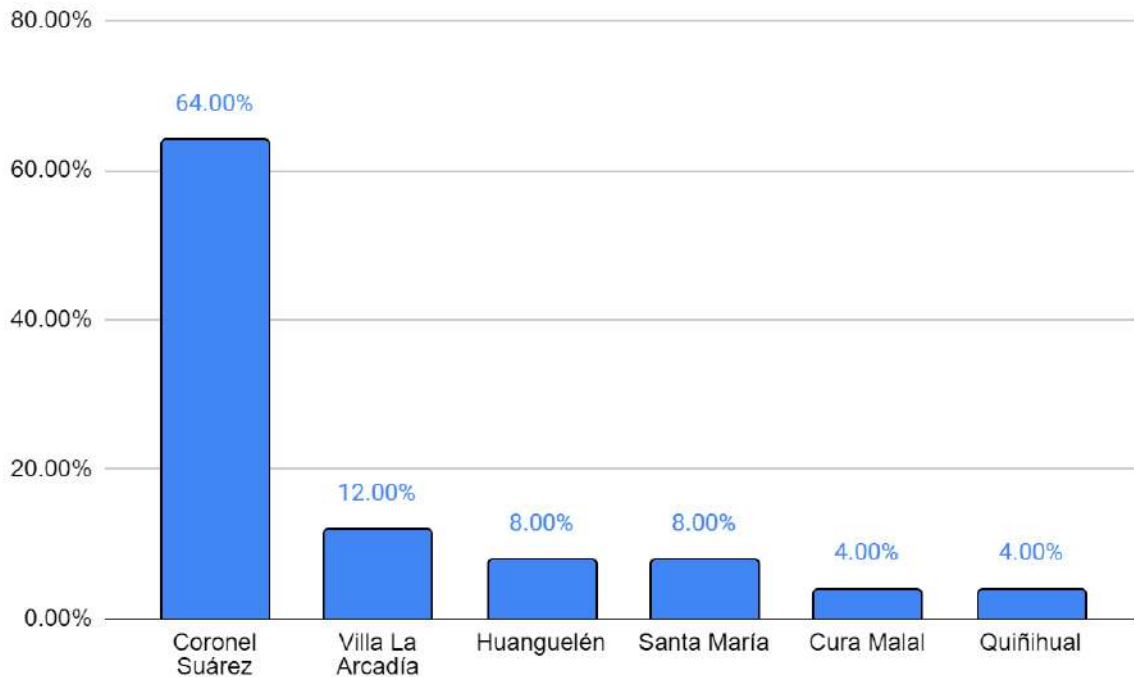
Gráfico N° 5 - Clasificación del rubro Gastronomía



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la distribución espacial, el 64% se concentra en la ciudad de Coronel Suárez, seguido por Villa La Arcadia con un 12% de los mismos.

Gráfico N°6 - Distribución geográfica de los establecimientos gastronómicos



Fuente: Elaboración propia

OTROS RUBROS

En menor medida, el partido cuenta con:

- 4 Agencias de viajes emisivas, radicadas en su totalidad en la ciudad cabecera.
- 8 Espacios de venta de artesanías y regionales ubicados en la ciudad cabecera, 1 en Santa María y 6 en Villa La Arcadía.
- 3 Guías de turismo en Villa La Arcadía y 1 en la ciudad cabecera.
- 5 Actividades turísticas consolidadas en el partido, entre las que se encuentran cabalgatas, cicloturismo, pesca y actividades náuticas.
- 1 discoteca, ubicada en Villa La Arcadía.

3.3.4 CONECTIVIDAD REGIONAL

Tabla N° 17. Conectividad regional

RUTA / CAMINO	CONECTA	CALZADA	ESTADO	SEÑALÉTICA
RP 67	Puán - Pigüé - Cura Malal - Cnel. Suárez	Asfalto	Regular	Deficiente

RP 85	Cnel. Suárez - Huanguelén (Conexión RP 60)	Asfalto	Regular	Deficiente
	Cnel. Suárez - Santa Trinidad - San José - Santa María	Asfalto	Bueno	Deficiente
	Cnel. Suárez - Guaminí	Asfalto	Malo	Deficiente
	Cnel. Suárez - Cnel. Pringles - Tres Arroyos	Asfalto	Regular	Deficiente
	Cnel. Suárez - Villa La Arcadia (Conexión RP 76)	Asfalto	Mala	Deficiente
Av. Alemanes del Volga	Cnel. Suárez - Santa Trinidad - San José - Santa María	Asfalto	Bueno	Deficiente

Fuente: elaboración propia, en base al relevamiento territorial



Figura Nº 14. Rutas y localidades

Fuente: elaboración propia

3.3.5 INFRAESTRUCTURA BÁSICA DE SERVICIOS Y COMUNICACIÓN

Tabla Nº 18. Servicios e infraestructura por localidad

	SERVICIO INFRAESTRUCTURA	Coronel Suárez	Cura Malal	D'Orbigny	Estación Piñeyro
INF RA	Agua potable	SI	SI	SI	SI
	Alumbrado público	SI	SI	SI	NO
	Energía eléctrica	SI	SI	SI	SI
	Red de Gas Natural	SI	NO	NO	NO
	Cloacas	SI	NO	NO	NO
	Transporte público urbano	NO	NO	NO	NO
	Terminal de buses	SI	NO	NO	NO
	Estación de trenes	SI	SI	SI	SI
	Aeropuerto/Aeródromo	SI	NO	NO	NO
	Telecomunicaciones	SI	SI	NO	NO
	Conectividad digital (internet)	Buena	Mala	Inexistente	Inexistente
	Recolección de Residuos	Sí	Sí	No	No
	Camino de Acceso 1	RP 85	RP 67	Acceso	Camino vecinal
	Estado del Acceso 1	Regular	Bueno	Bueno	Regular
	Camino de Acceso 2	Camino Lamadrid	Camino Vecinal	Camino Vecinal	
Estado del Acceso 2	Malo	Regular	Malo		
SE RVI	Radio	SI	NO	NO	NO
	Banco	SI	NO	NO	NO
	Centro de Salud	SI	SI	NO	NO

	SERVICIO INFRAESTRUCTURA	Coronel Suárez	Cura Malal	D'Orbigny	Estación Piñeyro
	Farmacia	SI	NO	NO	NO
	Estación de servicio	SI	NO	NO	NO
	Oficina de informes turísticos	SI	NO	NO	NO
	Correo	SI	NO	NO	NO

	SERVICIO INFRAESTRUCTURA	Huanguelén	San José	Santa María	Santa Trinidad	Villa La Arcadia
INF RA	Agua potable	SI	SI	SI	SI	SI
	Alumbrado público	SI	SI	SI	SI	SI
	Energía eléctrica	SI	SI	SI	SI	SI
	Red de Gas Natural	SI	SI	SI	SI	SI
	Cloacas	SI	NO	NO	SI	NO
	Transporte público urbano	NO	SI	SI	SI	NO
	Terminal de buses	NO	NO	NO	NO	NO
	Estación de trenes	SI	NO	NO	NO	NO
	Aeropuerto/Aeródromo	SI	NO	NO	NO	NO
	Telecomunicaciones	SI	SI	SI	SI	SI
	Conectividad digital (internet)	Buena	Buena	Mala	Buena	Buena
	Recolección de Residuos	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

	SERVICIO INFRAESTRUCTURA	Huanguelén	San José	Santa María	Santa Trinidad	Villa La Arcadia
	Camino de Acceso 1	Camino de acceso	Por RP 85	Por RP 85	Por RP 85	Por RP 76 y 72
	Estado del Acceso 1	Bueno	Regular	Excelente	Bueno	Malo
	Camino de Acceso 2	Camino la primavera	Av. alemanes del Volga	Av. alemanes del Volga	Av. San Martin	Puente de acceso
	Estado del Acceso 2	Regular	Excelente	Excelente	Bueno	Bueno
SE RVI	Radio	SI	NO	SI	NO	NO
	Banco	SI	NO	NO	NO	NO
	Centro de Salud	SI	SI	SI	SI	SI
	Farmacia	SI	SI	SI	SI	SI
	Estación de servicio	SI	SI	NO	NO	NO
	Oficina de informes turísticos	NO	NO	NO	NO	SI
	Correo	SI	NO	NO	NO	NO

SERVICIOS TURÍSTICOS EXISTENTES

Tabla N° 19. Servicios turísticos actuales por localidad

Servicio turístico	Coronel Suárez	Cura Malal	D'Orbigny / Quiñihual	Estación Piñeyro	Huanguelén
Alojamiento	9	0	0	0	0
Gastronomía	14	1	1	0	1
Museos	0	0	0	0	1
Agencias de Viajes	2	0	0	0	0

Servicio turístico	Coronel Suárez	Cura Malal	D'Orbigny / Quiñihual	Estación Piñeyro	Huanguelén
Oficina de informes turísticos	Si	No	No	No	No
Servicio turístico	San José	Santa María	Santa Trinidad	Villa La Arcadia	
Alojamiento	0	1	0	92	
Gastronomía	1	1	0	3	
Museos	0	0	0	0	
Agencias de Viajes	0	0	0	0	
Oficina de informes turísticos	No	No	No	Sí	

Fuente: elaboración propia

3.3.6 OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN TURÍSTICA

A partir del relevamiento territorial realizado y de las entrevistas efectuadas a los actores de interés, se detectaron oportunidades de inversión turística en torno a los servicios turísticos y de apoyo, patrimonio e innovación turística.

- **Servicios turísticos:** Es necesaria la ampliación de la oferta de servicios turísticos existente en todo el Partido. En el caso de las localidades más pequeñas, las principales oportunidades de inversión se encuentran en torno a la oferta de servicios gastronómicos, de alojamiento y de recreación, exceptuando el caso de Villa La Arcadia, localidad que cuenta con más de 90 alojamientos.
- **Patrimonio:** a partir del diálogo con actores clave se identificó la necesidad de efectuar inversiones en torno a la preservación y la puesta en valor de los bienes patrimoniales del Partido, principalmente asociadas al establecimiento de museos a lo largo del mismo.
- **Inversiones en innovación turística:** existen oportunidades de inversión en relación al desarrollo de propuestas innovadoras que sean capaces de atraer y satisfacer a segmentos de mercado que en la actualidad no forman parte de la demanda turística del Partido.

3.4 REALIZACIÓN DE TALLERES PARA LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

3.4.1 OBJETIVO

Reconocer y destacar aquellos valores diferenciales del destino en relación a las oportunidades para la co-creación de experiencias turísticas auténticas, desde la incorporación de productores, artesanos y/o artistas en las experiencias turísticas hasta la generación de alianzas estratégicas entre servicios turísticos complementarios. Este proceso busca favorecer la asociatividad y con ello contribuir a la dinamización de la economía local a través del turismo.



Figura Nº 15. Taller de cocreación de experiencias. Villa La Arcadia
Fuente: elaboración propia

3.4.2 TALLERES INTRODUCTORIOS: METODOLOGÍA DE TRABAJO

En función de las distancias entre las localidades que forman parte del Partido, y en conjunto con las autoridades de la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez, se definió ampliar la cantidad de Encuentros de Trabajo previstos en el Plan con el objeto de facilitar la participación de todos los actores del Partido que se encuentran interesados en el proceso de formulación del Plan. De esta forma, se llevó a cabo un Taller Introductorio de Cocreación de Experiencias Turísticas en la ciudad de Coronel Suárez, en la que participaron 16 actores locales, y otro en la localidad de Villa La

Arcadia, con una convocatoria de 14 personas. El listado completo de participantes se encuentra en la sección "Anexos".

Los talleres se estructuraron en los siguientes bloques:

BLOQUE 1: Presentación y exposición sobre la identidad y el talento local como valor diferencial de las propuestas. Diseño y conformación de experiencias auténticas que pongan en valor la identidad local. Generación de propuestas integradas. La importancia de la cooepetencia. Incorporación de la producción de bienes y servicios locales en la propuesta de servicios ofrecida en la búsqueda de una mayor dinamización de la economía local. Co-creación de nuevas experiencias con prestadores turísticos ligadas a la identidad y la naturaleza. Integración de la comunidad. Puesta en valor de artesanías y producción local. Fortalecimiento a través de la integración en corredores y microrregiones. El rol de las agencias receptoras locales como embajadoras de destinos. Diseño de experiencias. Tendencias y necesidades específicas observadas en la demanda actual y potencial.

BLOQUE 2: Intercambio de opiniones. En pequeños grupos de discusión, y a partir de una Guía de Pautas, se trabajó sobre las consignas presentadas.

BLOQUE 3: Puesta en común. Se presentaron los resultados volcados en la Guía de Pautas de cada uno de los grupos, con el fin de socializarlos al pleno del encuentro.



Figura N° 16. Taller de cocreación de experiencias en Coronel Suárez

Fuente: elaboración propia



Figura N° 17. Taller de cocreación de experiencias en Villa La Arcadia

Fuente: Elaboración propia

3.4.3 RESULTADOS DE LOS TALLERES INTRODUCTORIOS DE COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Como resultado del intercambio en los grupos de discusión, siguiendo las consignas planteadas se crearon prototipos de experiencias que vinculan los diferentes servicios que ofrece cada una de las personas del grupo.

EXPERIENCIA 1. Coronel Suárez - Huanguelén

Visita guiada en bicicleta por circuito histórico-cultural + Almuerzo + Traslado y recorrido por Huanguelén + Cena y peña + Alojamiento en casa de familia

Duración: Día completo

Descripción: Consiste en una bicicleteada guiada de medio día, que comienza en la ciudad de Coronel Suárez y a través de la cual se visita la Biblioteca Sarmiento, con sus historias ligadas a la masonería, y otros puntos de interés histórico-cultural integrados en un circuito. Incluye un almuerzo en Artemio Gramajo, un bodegón situado en el centro de Coronel Suárez. Por la tarde se ofrece traslado privado hacia la localidad de Huanguelén, con un recorrido por el pueblo y como cierre una cena con peña en el espacio gastronómico Pa' Usted, con la posibilidad de alojarse en una casa de familia del pueblo.

EXPERIENCIA 2. Colonias Alemanas

Propuesta integrada entre Colonia Santa María, San José y Santa Trinidad

Duración: Medio día

Descripción: Propuesta vinculada a las Colonias Alemanas llamada “Raíces Germanas”, que consiste en realizar un recorrido por las colonias 1, 2 y 3 visitando el Museo de Santa María, la Iglesia de San José y el Cementerio de Santa Trinidad. Observación: No hay restaurantes en la colonia, como opción para almuerzo o refrigerio una posibilidad puede ser la rotisería de Santa María.

EXPERIENCIA 3. Coronel Suárez

Visita guiada teatralizada en la Biblioteca Popular Sarmiento + Alfajores locales + Alojamiento

Duración: Medio día

Descripción: Visita guiada teatralizada a la Biblioteca Sarmiento para conocer la historia de los masones, incluye una degustación de alfajores locales y alojamiento en la Ciudad de Coronel Suárez.

EXPERIENCIA 4. Villa La Arcadia

Visita guiada histórica natural + Taller de cerámica + Taller de cosmética natural + Spa + Observación de estrellas + Degustación de quesos y chacinados

Duración: Día completo

Descripción: La experiencia llamada “Jornada Arcadiana”, consiste en una guiada histórica-natural de medio día recorriendo Villa La Arcadia, la visita a un taller de cerámica y a otro de cosmética natural, actividades de spa por la tarde y como cierre astroturismo en el Cerro Ceferino con degustación de quesos y chacinados al pie del Cerro.

EXPERIENCIA 5. Villa La Arcadia

Desayuno con productos regionales + Paseo guiado en bicicleta senderos naturales + Fábrica de cerveza artesanal + Tienda de diseño + Almuerzo en restaurante frente al río + Tarde libre en el balneario + Alojamiento

Duración: Día completo

Descripción: Consiste en un desayuno con productos regionales, seguido de una actividad de biciturismo por senderos mostrando flora y fauna silvestre para toda la familia, visita a una tienda de diseño nacional donde se muestra cómo es emprender lejos de la ciudad, a una cervecería artesanal y finaliza con un almuerzo en el restaurante Edulis.

EXPERIENCIA 6. Villa La Arcadia - Fiesta del Otoño

Paseos en bicicleta + Bandas locales + Exposición de Artesanos y Productores

Duración: Fin de semana. Mes de abril / mayo (baja temporada)

Descripción: Se propuso la organización de la Fiesta del Otoño en Villa La Arcadia, una fiesta de fin de semana con alquiler de bicicletas, presentación de bandas locales, gastronomía y exposición de artesanos y productores.

EXPERIENCIA 7. Colonias Alemanas - Fiestas de las Colonias Alemanas

Descripción: Cada colonia alemana tiene entre 2 y 4 eventos al año. Resulta interesante ofrecer una agenda de actividades en las otras Colonias para que el visitante que asiste a la fiesta también las recorra. Las personas que participaron destacaron la importancia de generar actividades complementarias a las mismas, para ofrecer al turista y de esta forma, aumentar su estadía en el destino.

3.4.4 TALLER PARA LA CONSOLIDACIÓN: METODOLOGÍA DE TRABAJO

Se llevó a cabo un Taller para la Consolidación de los Productos turísticos/Experiencias y su potencial inserción en el mercado, con formato online a través de la plataforma Zoom, en la que participaron 15 actores locales. El listado completo de participantes se encuentra en la sección "Anexos".



Figura N° 18. Taller online para la Consolidación de Experiencias Turísticas
Fuente: elaboración propia

El taller se estructuró en los siguientes bloques:

BLOQUE 1: Presentación. Se realizó una exposición sobre el reconocimiento del entorno y la definición de interacciones: producción, cultura, arte, historia, naturaleza. Identificación de oportunidades ocultas para sumar valor a las propuestas. Diseño de lugares y relatos (storytelling). Factor sorpresa. Definición en conjunto componentes estratégicos para la comercialización. Definición en conjunto estrategias asociativas de comunicación y promoción.

BLOQUE 2: Intercambio de opiniones. Se desarrolló un formato participativo utilizando algunas herramientas de design thinking como el mapeo de viaje, la lluvia de ideas a partir de preguntas guía y el mapa mental para ordenar ideas e interconexiones valiosas.

BLOQUE 3: Puesta en común

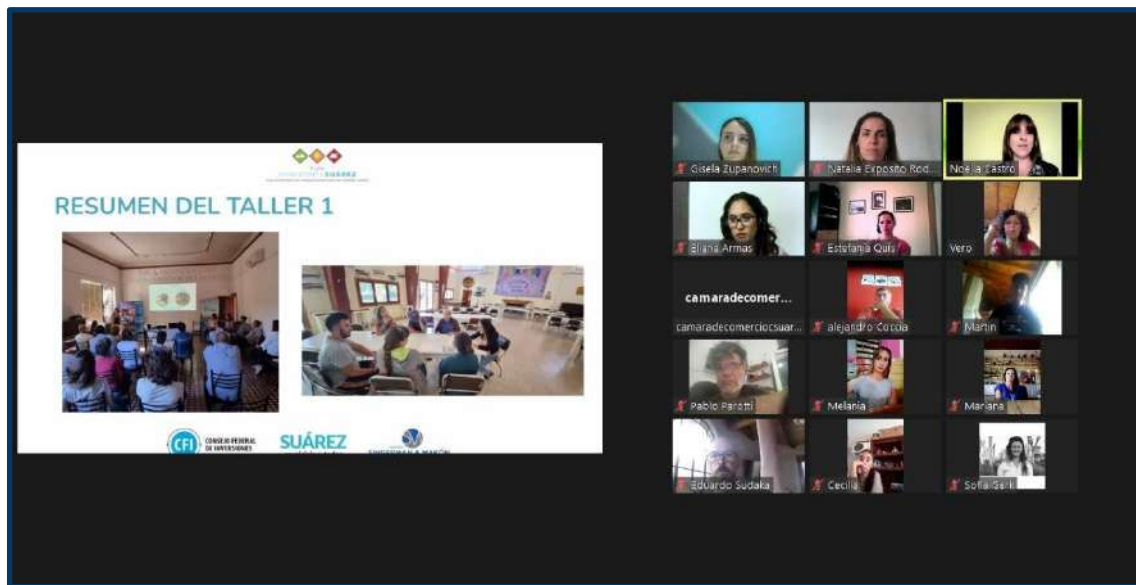


Figura Nº 19. Taller de consolidación de experiencias turísticas
Fuente: elaboración propia



Figura Nº 20. Taller de consolidación de experiencias turísticas
Fuente: elaboración propia



Figura Nº 21. Taller de consolidación de experiencias turísticas
Fuente: elaboración propia

3.4.5 RESULTADOS DEL TALLER PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS/EXPERIENCIAS Y SU POTENCIAL INSERCIÓN EN EL MERCADO

Como resultado del intercambio se identificaron en conjunto:

- Momentos clave del servicio en torno a las experiencias:
 1. Antes de recibir al pasajero: Información pre-venta. Reservas. Confirmación de servicios.
 2. Durante la experiencia: Anticiparse a las necesidades, Resolución de disconformidades. Se identificaron la observación y la empatía como habilidades de importancia.
 3. Post visita: Encuesta de satisfacción -retroalimentación sobre oportunidades de mejora-, Fidelización -invitación a retornar para vivir nuevas experiencias-.
- Storytelling, ¿cómo sumar valor a la experiencia a través de historias que transmitan emociones?:
 1. A través de los relatos en redes sociales, en la visita guiada o bien durante el servicio (-me acerco a la mesa del comensal, entablo

- conversación y comparto historias del pueblo- fue uno de los ejemplos compartidos)
2. En los elementos de apoyo al servicio y elementos de decoración.
 3. En la degustación de productos locales / regionales.
- Estrategias para la comercialización:
1. Lanzamiento de experiencia. Búsqueda de socios estratégicos que colaboren en el testeo de la experiencia y le den visibilidad en el mercado. Encuentro / evento de lanzamiento. Acciones de promoción recíproca con socios estratégicos.
 2. Agencias de Viaje y plataformas online de reservas. Otros segmentos de interés: centros de jubilados, universidades de la región.
 3. Promociones recíprocas entre establecimientos: cupón de descuento se entrega cuando visitó A para ir a B y viceversa; sorteos conjuntos en redes sociales.
- Estrategias para la comunicación recíproca:
1. Red. Seguimiento de redes sociales entre los mismos prestadores e instituciones del destino, comunicación conjunta de eventos y otras experiencias en destino, uso de # y @ para comunicación conjunta.
 2. Fotos y videos, seguimiento de consultas, base de datos, respuestas.

3.4.6 CONCLUSIONES SOBRE LA CO-CREACIÓN DE EXPERIENCIAS

La dinámica grupal fue muy satisfactoria ya que entre los participantes no conocían sus servicios en profundidad. Esto permitió generar vínculos y observar oportunidades de complementariedad entre los servicios de cada una de las partes.

Mirar el destino con ojos de turista, abrió la posibilidad entre los participantes para definir un hilo conductor en cada propuesta que permitiera no sólo satisfacer sus necesidades sino también sorprender y mostrar los atributos diferenciales del destino.

Así, las experiencias co-creadas combinan historia, aventura, gastronomía y producción regional, cultura, música, naturaleza y hasta la observación de estrellas.

Como resultado se consolidaron 7 (siete) experiencias, de las cuales 2 (dos) corresponden a Coronel Suárez -integrando en una de ellas a Huanguelén-, 2 (dos) se vinculan a las Colonias Alemanas y 3 (tres) a Villa La Arcadia.

De estas experiencias, dos de ellas se refieren a las festividades. La Experiencia 6 propone la incorporación al calendario de fiestas de Coronel Suárez de la Fiesta del Otoño en Villa La Arcadia. La Experiencia 7 por su parte propone la posibilidad de sumar actividades especiales en las otras colonias como complemento de los eventos. En ambos casos se observó la oportunidad de extender la estadía en el destino a partir de estas experiencias.

Resulta interesante que haya surgido de los participantes la posibilidad de integrar dos o más localidades en una experiencia como las tres colonias alemanas, que actualmente ofrecen propuestas de manera individual y que gracias a su cercanía y temática común podrían congregarse en una misma experiencia.

Por último, resultó muy positivo el ejercicio de esbozar algunas posibles estrategias de comunicación y comercialización conjunta. La mayoría de las personas participantes del taller no seguía las redes sociales de otros prestadores turísticos del destino, ni replicaba eventos/propuestas de interés tampoco utilizaba # sobre temas específicos. En términos de comercialización la posibilidad de promocionarse recíprocamente a través de descuentos o beneficios al visitante fue una de las estrategias exploradas

3.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

3.5.1 ESTUDIO DE PERCEPCIÓN WEB

A continuación, se presenta el análisis de las principales plataformas de reserva y opinión, con el objetivo de identificar cómo los visitantes perciben al destino y a sus principales servicios turísticos y atractivos.

Se analizaron redes sociales, plataformas de reserva, plataformas audiovisuales, buscadores, reseñas y otras páginas web con información de Coronel Suárez. En cada una de ellas se observó la percepción e interacción con la demanda. Asimismo, se registró cómo se promociona y difunde al destino actualmente.

ANALÍTICA WEB DE PLATAFORMAS

Se analizó el buscador de Google, sus reseñas y la herramienta de Google Trends, para determinar qué palabras y frases se relacionan actualmente con el destino.

GOOGLE

Se indagó acerca de cuáles son los primeros resultados de la búsqueda “Coronel Suárez Turismo” junto a sus búsquedas relacionadas en Google.

1. [Turismo - Municipalidad de Coronel Suárez](#): Página web de Coronel Suárez
2. [Turismo Coronel Suárez - Home | Facebook](#): Facebook - Subdirección de Turismo
3. [LAS 10 MEJORES cosas que hacer en Coronel Suárez 2022](#): TripAdvisor
4. [Sitios Turísticos ubicados en Coronel Suárez - Sierra de la ...](#): Web de Sierra de la Ventana
5. [Coronel Suárez - Turismo Provincia de Buenos Aires](#): Página de Turismo de la Provincia de Buenos Aires

Búsquedas relacionadas:

- que hay para hacer en coronel suárez
- coronel suárez colonias alemanas
- turismo rural coronel suárez
- permiso para circular en coronel suárez
- desarrollo urbano coronel suárez
- coronel suárez alojamiento
- partido de coronel suárez
- restaurantes en coronel suárez

Asimismo, se observaron los principales resultados de la búsqueda “Coronel Suárez” junto a sus búsquedas relacionadas:

1. [Municipalidad de Coronel Suárez](#): Página web de Coronel Suárez

2. [Coronel Suárez - Wikipedia, la enciclopedia libre](#): Página de Wikipedia
3. [Municipio de Coronel Suárez - Home | Facebook](#): Facebook de Coronel Suárez
4. [Coronel Suárez | Municipio de Bahía Blanca \(Buenos Aires ...\)](#): Página web del Municipio de Bahía Blanca
5. [Cómo llegar a Coronel Suárez, Buenos Aires - Argentina](#): Página de Argentina Turismo

Búsquedas relacionadas:

- coronel suárez ubicación
- coronel suárez mapa
- coronel suárez tiempo
- coronel suárez fotos
- municipalidad de coronel suárez
- coronel suárez diario
- coronel suárez intendente
- coronel suárez buenos aires

GOOGLE TRENDS

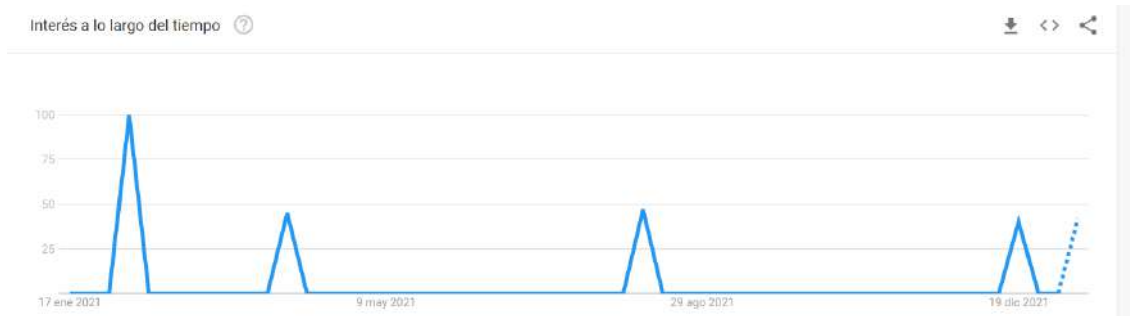
Se analizó la herramienta Google Trends, a través de la cual se pueden examinar las bases de datos registrados en el motor de búsqueda de Google. Este análisis brinda un panorama de los temas y términos de búsqueda que los usuarios realizan en torno a Coronel Suárez. El periodo analizado fue ENERO 2021 - DICIEMBRE 2021.

Búsqueda	“Coronel Suárez”
Categoría	Aficiones y Tiempo Libre

INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO:

En el siguiente gráfico se puede observar que los picos máximos de búsqueda se dieron el 17 de enero, 9 de mayo, 29 de agosto y 19 de diciembre.

Gráfico N° 7. Interés a lo largo del tiempo



Fuente: Google Trends <https://trends.google.es/>

Geolocalización de las búsquedas: Buenos Aires

Gráfico N° 8. Geolocalización de las búsquedas



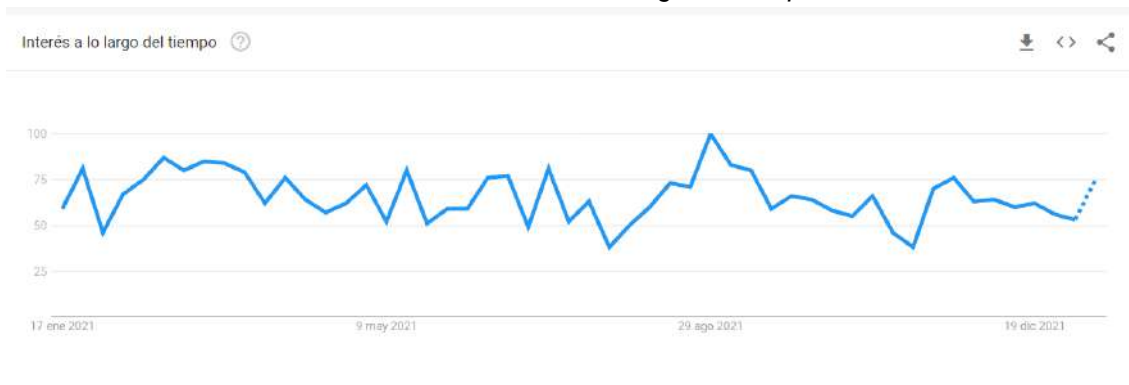
Fuente: Google Trends <https://trends.google.es/>

Búsqueda	“Coronel Suárez - Ciudad en Argentina”
Categoría	Todas las categorías

INTERÉS A LO LARGO DEL TIEMPO:

En el siguiente gráfico se observa una búsqueda relativamente estable con su pico más fuerte hacia el 29 de agosto.

Gráfico N° 9. Interés a lo largo del tiempo

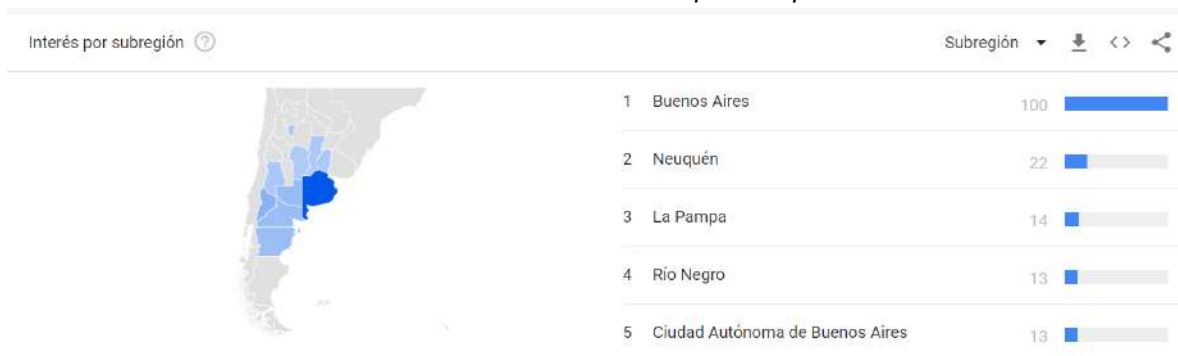


Fuente: Google Trends <https://trends.google.es/>

Geolocalización de las búsquedas:

- Buenos Aires
- Neuquén
- La Pampa
- Ciudad de Buenos Aires
- Río Negro

Gráfico N° 10. Geolocalización por búsquedas



Fuente: Google Trends <https://trends.google.es/>

Consultas relacionadas (10 primeros):

- La otra cara de la noticia coronel Suárez
- Últimos fallecimientos Coronel Suárez hoy

- Tiempo hoy Coronel Suárez
- La Nueva Radio Suárez
- Pronóstico Coronel Suárez
- El tiempo Coronel Suárez
- La nueva radio Coronel Suárez
- Municipalidad de Coronel Suárez
- Diario de Coronel Suárez
- El tiempo en Coronel Suárez

Temas relacionados ?		En aumento ▾ ⬇ <> ↶		Consultas relacionadas ?		En aumento ▾ ⬇ <> ↶	
1	Rabia - Tema		Aumento puntual	1	la otra cara de la noticia coronel suarez		Aumento puntual
2	Gastón Dalmau - Actor		Aumento puntual	2	lanueva radiosuarez		+500%
3	Suárez al Día - Emisora de radio en Coronel Su...		Aumento puntual	3	pronostico de coronel suarez		+200%
4	General Lamadrid - Ciudad en Argentina		Aumento puntual	4	tiempo hoy coronel suarez		+190%
5	Bahía Blanca - Departamento argentino		Aumento puntual	5	oca coronel suarez		+190%

Figura N° 22. Temas y consultas relacionadas

Fuente: Google Trends <https://trends.google.es/>

RESEÑAS DE GOOGLE Y PERFIL DE GOOGLE MY BUSINESS

Se analizaron los perfiles oficiales en Google de las Oficinas de Turismo del Partido, como así también la del Cerro Ceferino, teniendo en cuenta el sector de información y reseñas.

OFICINA DE TURISMO DE CORONEL SUÁREZ:

La búsqueda “Oficina de Turismo de Coronel Suárez” arroja un perfil donde se observan 3 reseñas con 1 estrella cada una. No se encuentran respuestas a dichas opiniones.

Asimismo, no se presenta información referida a horarios de atención. Tampoco se observan fotos actualizadas.

Oficina de Turismo
 1.0 ★★★★★ 3 opiniones
 Departamento municipal de turismo

Indicaciones Guardar Cerca Enviar al teléfono Compartir

Av. E. Casey 2090, B7540 Coronel Suarez, Provincia de Buenos Aires
 coronelsuarez.gob.ar
 02926 42-1048
 G3Q4+53 Coronel Suarez, Provincia de Buenos Aires

Agregar una etiqueta

Sugerir una edición

Agregar la información que falta

Agregar horarios

Figura N° 23. Búsqueda “Oficina de Turismo Coronel Suárez”
 Fuente: Google www.google.com / búsqueda “Oficina de Turismo Coronel Suárez”

OFICINA DE TURISMO DE VILLA LA ARCADIA:

Figura N° 24. Oficina de turismo de Villa La Arcadia

Fuente: Google <https://bit.ly/3Af2zVM>

La búsqueda “Oficina de Turismo de Villa Arcadia” no arroja resultados. Sin embargo, se observa un perfil de “Informes Turísticos” donde se encuentran tres reseñas con una puntuación total de 4.3 estrellas sobre 5.

Al igual que en el perfil de la Oficina de Turismo de Coronel Suárez, no se observan respuestas a las opiniones, tampoco se presenta información referida a horarios de atención, ni fotos actualizadas.

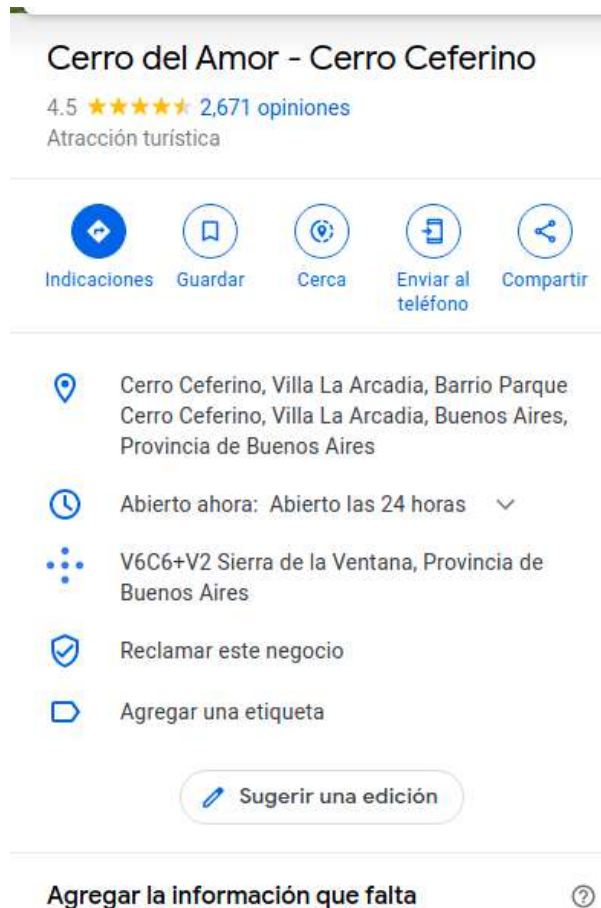
Cabe destacar que la ubicación del Centro de Informes se localiza en Sierra de la Ventana.

CERRO CEFERINO - CERRO DEL AMOR:

El perfil cuenta con una puntuación de 4.5 estrellas sobre 5 y 2671 reseñas.

En orden de importancia, las palabras utilizadas relacionadas con esta búsqueda son: Paisaje, Vista panorámica, Sierras, Para escalar, Chicos, Pueblos, Cima, Comarca, Complejidad, Movilidad reducida.

Los aspectos positivos que destacan los usuarios son: La vista, Baja dificultad de ascenso, Acceso gratuito, Para toda la familia. Mientras que los aspectos negativos que se identifican son: Falta señalética, Camino cerrado, Falta de mantenimiento/limpieza, Cartelería que explique el origen del nombre, Pocos servicios.



Cerro del Amor - Cerro Ceferino
4.5 ★★★★★ 2,671 opiniones
Atracción turística

Indicaciones Guardar Cerca Enviar al teléfono Compartir

📍 Cerro Ceferino, Villa La Arcadia, Barrio Parque Cerro Ceferino, Villa La Arcadia, Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires

🕒 Abierto ahora: Abierto las 24 horas

📍 V6C6+V2 Sierra de la Ventana, Provincia de Buenos Aires

🛡️ Reclamar este negocio

🏷️ Agregar una etiqueta

[Sugerir una edición](#)

Agregar la información que falta

Figura N° 25. Búsqueda Cerro Ceferino

Fuente: Google, reseñas y perfil de Google My Business, <https://bit.ly/3fcJTW1>

TRIPADVISOR

Tripadvisor es una plataforma que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes. Dentro de la misma se identificaron:

- Prestadores turísticos
- Atractivos principales
- Reseñas de viajeros



Figura Nº 26. Búsqueda en TripAdvisor
Fuente: TripAdvisor, “Explorá Coronel Suarez”

CORONEL SUÁREZ:

PRESTADORES TURÍSTICOS:

- Alojamientos: 10 establecimientos con una puntuación promedio de 4,5 estrellas sobre 5.
- Restaurantes: 10 establecimientos con una puntuación promedio de 4 estrellas sobre 5.

ATRATIVOS PRINCIPALES:

Se identificaron 13 atractivos con una puntuación promedio de 4 estrellas sobre

5.

- Parroquia Nuestra Señora del Carmen
- Isidoro Espacio de Arte
- Coronel Suárez Polo Club
- Club Deportivo Sarmiento
- Estación de Ferrocarril
- Mercado Municipal de las Artes
- Plaza Tambor de Tacuarí
- Palacio Municipal
- Plaza San Martín

- Mástil Patrio
- Vinoteca Lo de Joaquin Alberdi
- Museo del Siglo XX José Hernández
- Cine Teatro Italia

Fuente: <https://www.tripadvisor.com.ar/Attractions-q2008821-Activities-Coronel-Suarez-Province-of-Buenos-Aires-Central-Argentina.html>

VILLA LA ARCADIA:

ATRATIVOS PRINCIPALES:

Se identificaron atractivos con puntuaciones entre 3,5 estrellas y 5.

- Capilla de Lourdes
- Turismo Sierra de la Ventana
- Cerro del Amor o Ceferino
- Puente Negro
- Mirador de los Jardines del Pillahuinco
- Balneario el Dique

Cabe destacar que Villa La Arcadia se presenta como un atractivo de Sierra de la Ventana, más allá que en la ubicación indica que pertenece a Coronel Suárez.

Fuente: <https://www.tripadvisor.com.ar/Search?q=villa%20arcadia&searchSessionId=D8BB3293EAF40108BC2BED6ED4510DE1642437781138ssid&geo=2008821&sid=34AE6A70DE514767BEF11F8B579E4AD21642437936862&blockRedirect=true&ssrc=a>

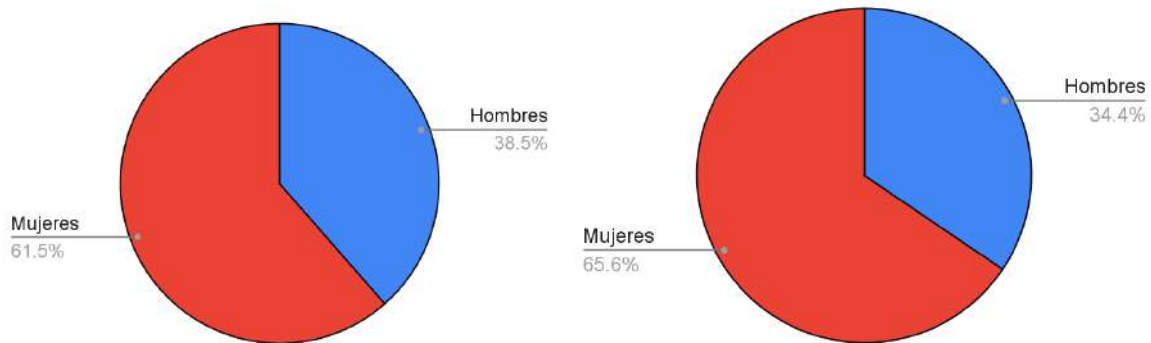
REDES SOCIALES

Se analizaron los perfiles oficiales de la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez en Instagram, Facebook y Twitter. Se identificó la cantidad de seguidores de cada una de las mismas, procedencia, interacciones y sus características de género y rango etario.

INSTAGRAM:

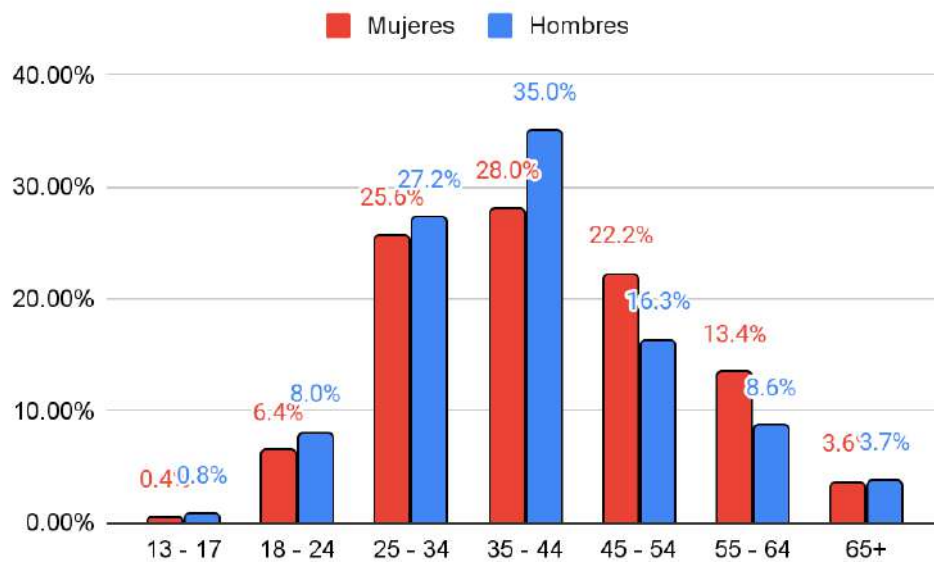
SUÁREZ TURISMO	
1420 SEGUIDORES	325 PUBLICACIONES

Gráficos N° 11-12. Seguidores e Interacciones



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Instagram, @SuarezTurismo / seguidores e interacciones por género.

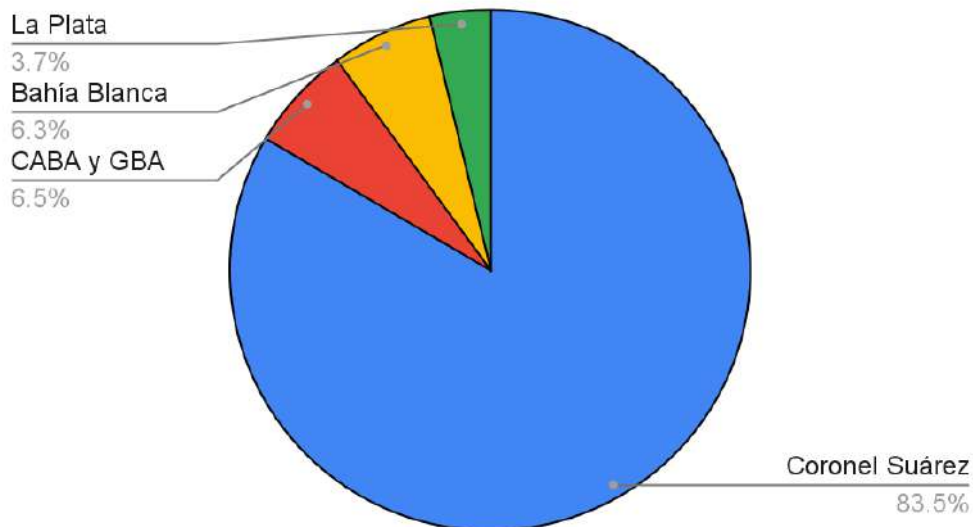
Gráfico N° 13. Rango Etario



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Instagram, @SuarezTurismo / rango etario por género.

Más de la mitad de los seguidores son mujeres. Además, son quienes tienen mayor interacción con la cuenta. En cuanto al rango etario, se observa mayor cantidad de seguidores entre los 25 y 44 años.

Gráfico N° 14. Ubicación geográfica de los seguidores



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Instagram, @SuarezTurismo / Procedencia.

En relación a la ubicación geográfica de los seguidores, se observa que 8 de cada 10 son de Coronel Suárez, mientras que el resto se encuentra mayormente en la provincia de Buenos Aires y Ciudad de Buenos Aires.

DESEMPEÑO:

El perfil cuenta con un promedio de interacciones entre 20 y 40 por publicación, y un promedio de comentarios entre 1 y 6 por publicación. Asimismo, en algunos posts no se observa interacción con el usuario.

Cabe destacar que en la BIO se encuentra un enlace que no está en funcionamiento.

Principales consultas:

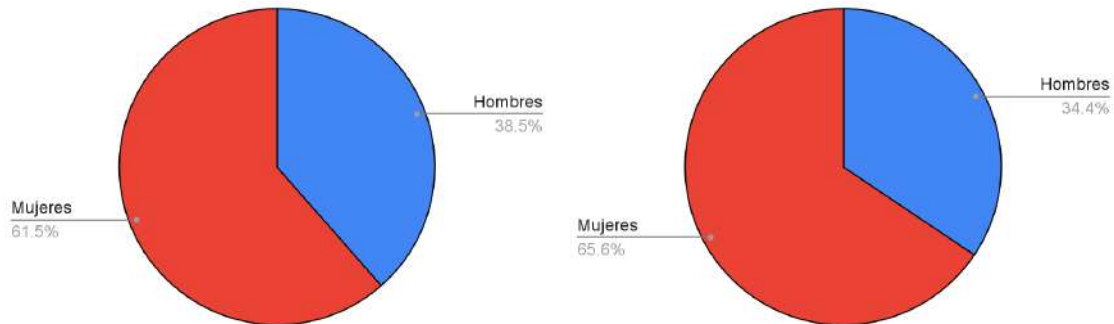
- Alojamiento
- Balneario municipal
- Fiestas de las colonias
- Turismo rural
- Gastronomía alemana

STRUDEL FEST (Administrada por organizadores de la fiesta)

1449 SEGUIDORES

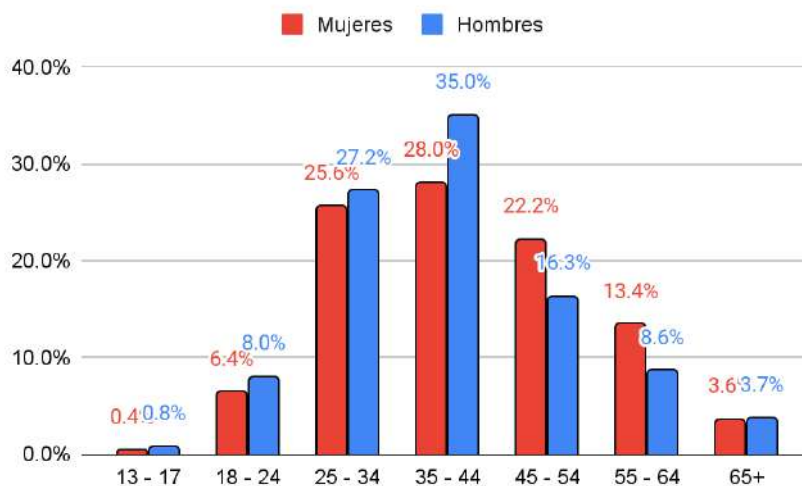
150 PUBLICACIONES

Gráficos N° 15-16. Seguidores e Interacciones



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Instagram, @StrudeFest / seguidores e interacciones por género.

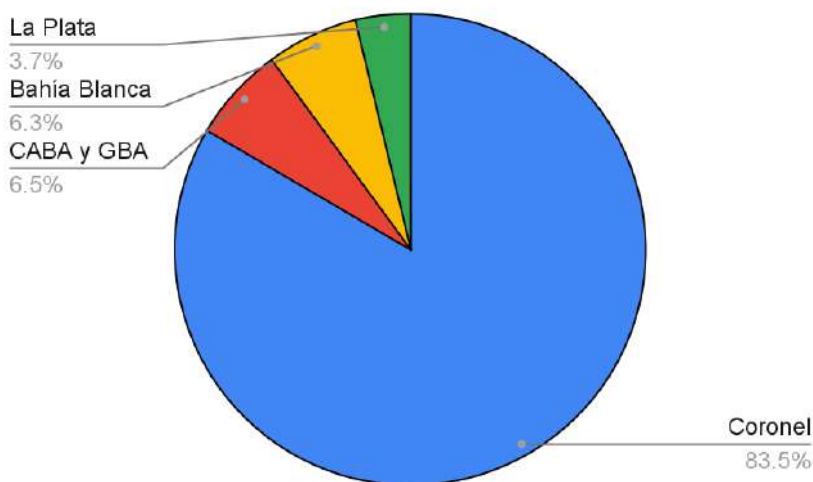
Gráfico N° 17. Rango Etario



Fuente: elaboración propia con base en estadísticas de la red social Instagram, @StrudeFest / rango etario por género.

Al igual que en la cuenta SUÁREZ TURISMO, más de la mitad de los seguidores son mujeres. También, son quienes tienen mayor interacción con la cuenta, y en relación al rango etario, se observa mayor cantidad de seguidores entre los 25 y 44 años.

Gráfico N° 18. Ubicación geográfica de los seguidores



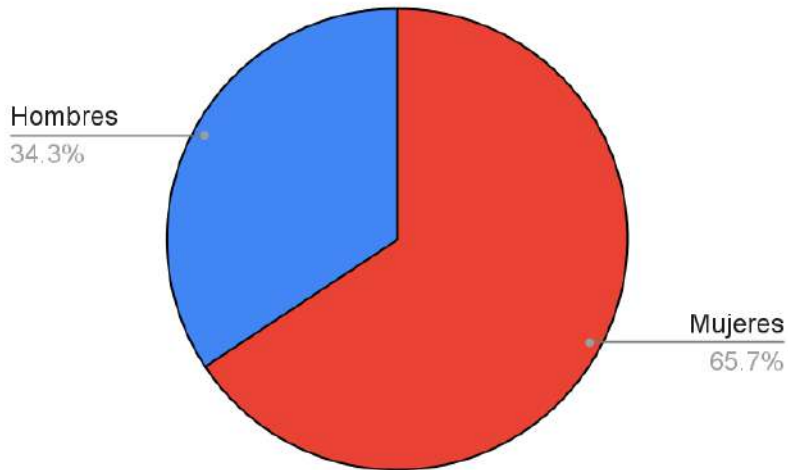
Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Instagram, @StrudeFest / procedencia.

En relación a la ubicación geográfica de los seguidores, al igual que en la cuenta SUÁREZ TURISMO, se observa que 8 de cada 10 son de Coronel Suárez, mientras que el resto se encuentra mayormente en la provincia de Buenos Aires y Ciudad de Buenos Aires.

FACEBOOK:

TURISMO CORONEL SUÁREZ	
9917 ME GUSTA	12.229 SEGUIDORES

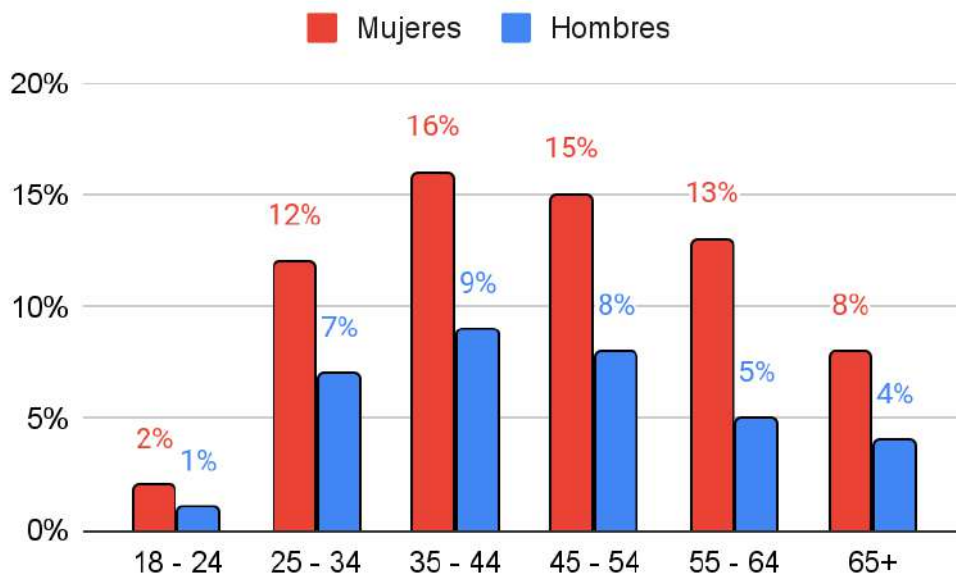
Gráfico N° 19. Seguidores



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Facebook brindadas por la Subdirección de Turismo de Coronel Suárez

En cuanto al rango etario del público se encuentra entre los dieciocho a más de sesenta y cinco años. Se observa que mayor cantidad de seguidores entre los treinta y cinco a cincuenta y cuatro años.

Gráfico N° 20. Rango Etario



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Facebook

Tabla N° 20. Ubicación geográfica de los seguidores

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	DISTRIBUCIÓN
Buenos Aires	97.35%
La Pampa	0.82%
Córdoba	0.46%
Entre Ríos	0.24%
Neuquén	0.53%
Santa Fe	0.38%
Salta	0.21%

Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Facebook

Al igual que en Instagram, más de la mitad de los seguidores son mujeres. En relación al rango etario, se observa mayor cantidad de seguidores entre los 35 y 54 años. En cuanto a ubicación geográfica, los mismos son mayoritariamente de Buenos Aires.

DESEMPEÑO:

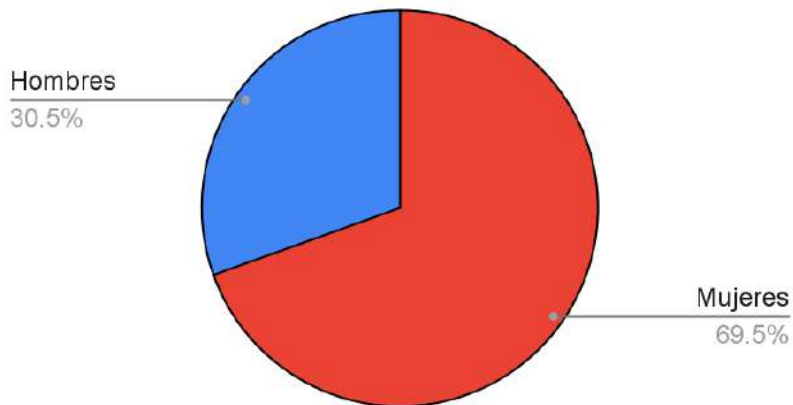
El perfil cuenta con un promedio de interacciones entre 10 y 20 por publicación, un promedio de comentarios entre 2 y 5 por publicación, y un promedio de cantidad de veces compartido entre 3 y 7.

Principales consultas:

- Alojamiento
- Consultas por el Balneario Municipal
- Fiestas de las Colonias
- Turismo rural
- Gastronomía alemana

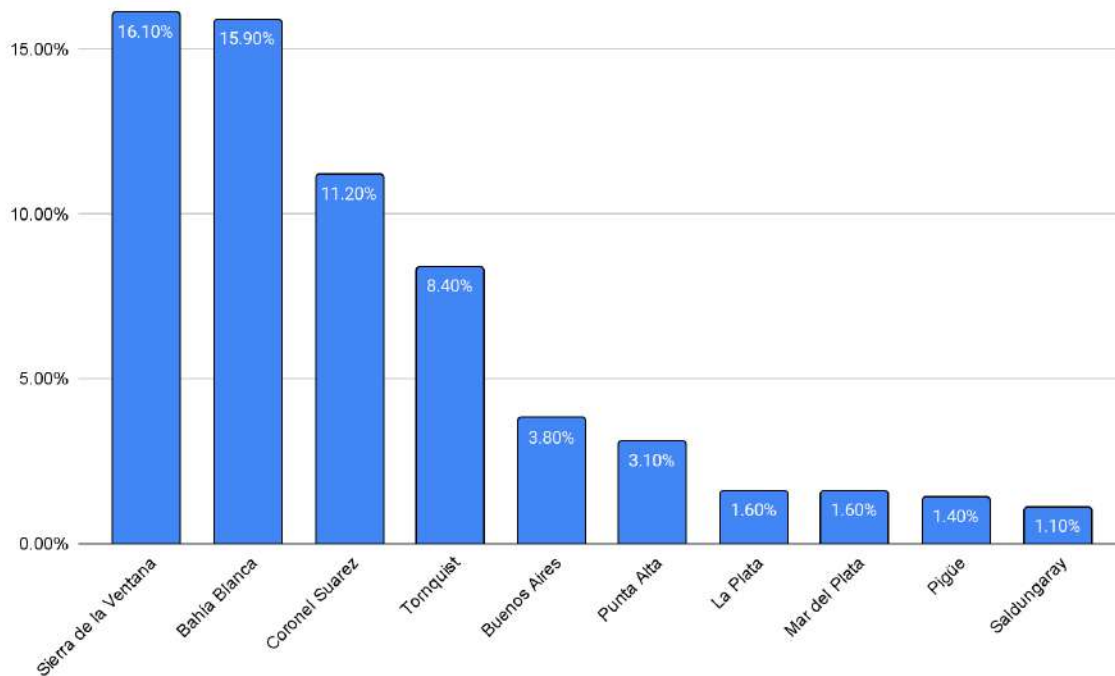
VILLA LA ARCADIA	
1660 ME GUSTA	1751 SEGUIDORES

Gráfico N° 21. Seguidores



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la red social Facebook

Gráfico N° 22. Ubicación geográfica de los seguidores



Fuente: Estadísticas de la red social Facebook

Siguiendo la tendencia, más de la mitad de los seguidores son mujeres. En cuanto a ubicación geográfica, los mismos son mayoritariamente de Sierra de la Ventana, Bahía Blanca, Coronel Suárez y Tornquist.

DESEMPEÑO

El perfil cuenta con un promedio de interacciones entre 15 y 30 por publicación, un promedio de comentarios entre 1 y 6 por publicación, y un promedio de cantidad de veces compartido entre 3 y 7.

Principales consultas:

- Qué visitar
- Ubicación del balneario y del Cerro Ceferino
- Excursiones y Parque Provincial Ernesto Tornquist
- Alojamiento
- Qué son y dónde están las Colonias Alemanas
- Dónde comer

TWITTER:

SUBDIRECCIÓN DE TURISMO DE CORONEL SUÁREZ	
414 SEGUIDORES	544 TWEETS

DESEMPEÑO

La cuenta está inactiva desde 2017 y no cuenta con el logo oficial.

YOUTUBE:

TURISMO CORONEL SUÁREZ	
11 SUSCRIPTORES	10 VIDEOS

DESEMPEÑO:

El perfil cuenta con un promedio de cantidad de vistas entre 50 y 100 por video. Cabe destacar que hace 11 meses que no se utiliza, y que la opción de comentarios se encuentra desactivada.

Por otro lado, se encuentra un enlace al sitio web de la Municipalidad, a www.facebook.com/turismomunicipalidad.coronelsuarez, (no se encuentra en funcionamiento), e Instagram (página no disponible).

Fuente: YouTube. https://www.youtube.com/channel/UCNYe_PVtuiCFLgZz9D7IUgg

SUBDIRECCIÓN DE TURISMO CORONEL SUÁREZ	
19 SUSCRIPTORES	50 VIDEOS

DESEMPEÑO:

El perfil cuenta con un promedio de cantidad de vistas entre 10 y 30 por video. Cabe destacar que hace 4 años que no se utiliza.

Por otro lado, se encuentra un enlace a www.coronelsuarez.tur.ar (sitio en construcción), www.facebook.com/turismomunicipalidad.coronelsuarez (no se encuentra en funcionamiento) y www.twitter.com/DirTurismoMCS (no se utiliza desde el 2017).

Fuente: YouTube, https://www.youtube.com/channel/UCXn-mgGVd4uFIY_hxDRRSBQ

PLATAFORMAS DE RESERVA

Se analizaron las plataformas de reserva de Booking, Airbnb y Despegar.com con el objetivo de conocer la percepción que tiene la demanda sobre la oferta del destino.

BOOKING.COM:

La búsqueda “Coronel Suárez” arroja 7 alojamientos con puntuaciones entre 8 y 9 puntos sobre 10:

- Departamento Villegas
- Cielo de Tierra
- Cabañas Tunita´s
- Las Magnolias (Santa Trinidad)
- Alojamiento familiar
- Bed and Office
- Departamento familiar

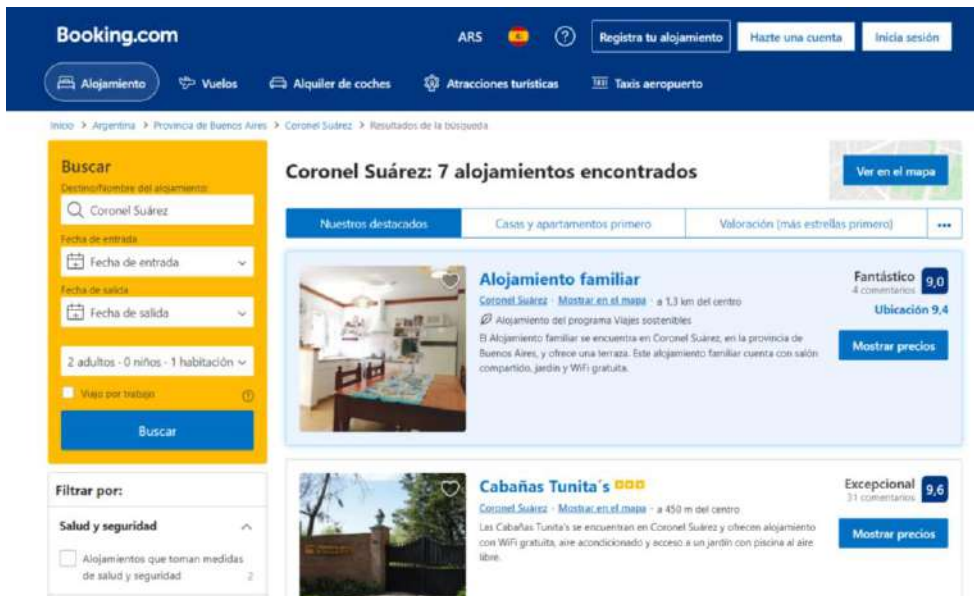


Figura N° 27. Búsqueda en Booking

Fuente: Booking / <https://acortar.enlace/ICedrw>

Los aspectos positivos que destacan los usuarios son: La ubicación, Amabilidad de los anfitriones. Mientras que los aspectos negativos que se identifican son: La conectividad, Estado de las instalaciones.

Por otro lado, la búsqueda “Villa Arcadia” arroja 27 alojamientos con puntuaciones entre 7 y 10.

Cabe destacar que todos aparecen ubicados en Sierra de la Ventana.

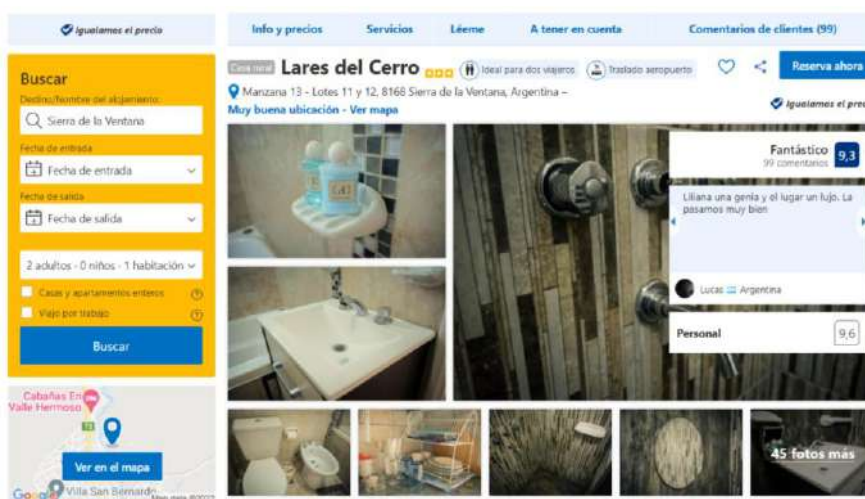


Figura N° 28. Ejemplo Booking

Fuente: Booking. Ejemplo de alojamiento ubicado en Sierra de la Ventana cuando en realidad pertenece a Coronel Suárez.

Los aspectos positivos que destacan los usuarios son: La ubicación, Amabilidad de los anfitriones. Mientras que los aspectos negativos que se identifican son: La conectividad, Estado de las instalaciones.

AIRBNB:

La búsqueda “Coronel Suárez” arroja 8 alojamientos con una puntuación promedio de 4 estrellas sobre 5, mientras que en el apartado “Experiencias” no se encuentran opciones.

Cabe destacar que se observan 7 alojamientos de Villa La Arcadia con escasas puntuaciones, todos ubicados en Sierra de la Ventana.

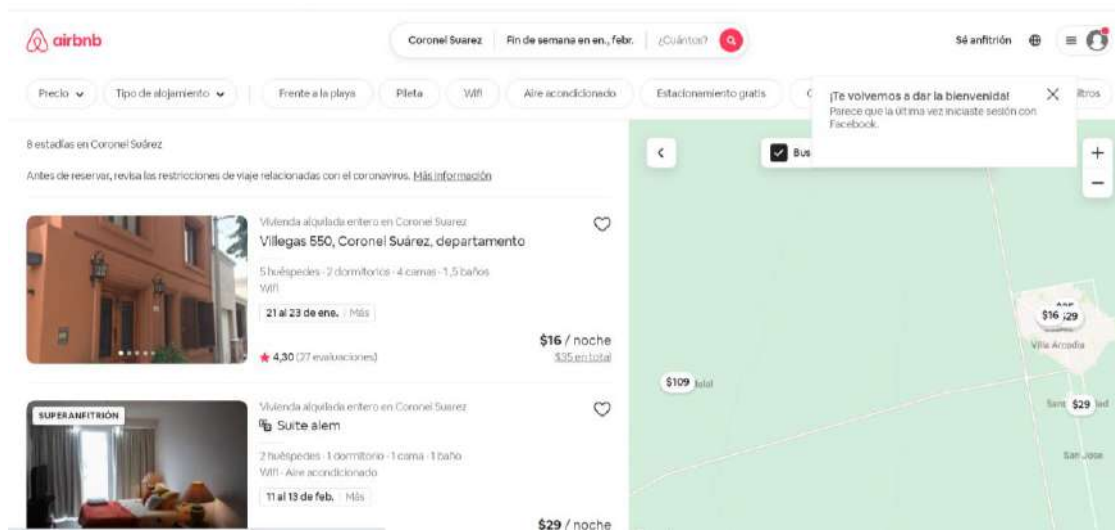


Figura N° 29. Búsqueda en Airbnb

Fuente: Airbnb / <https://bit.ly/3r9sp9j>

DESPEGAR.COM:

La búsqueda “Coronel Suárez” arroja 1 alojamientos con una puntuación de 8 sobre 10.

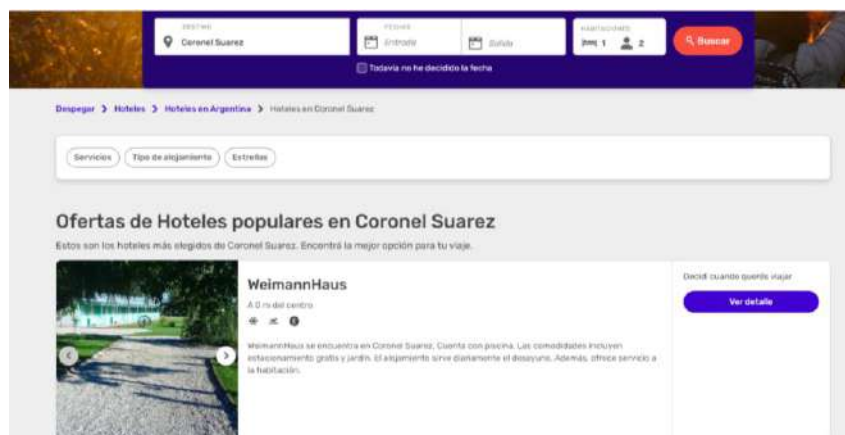


Figura N° 30. Búsqueda en Despegar.com

Fuente: Despegar.com

Cabe destacar que la búsqueda “Sierra de la Ventana” arroja 5 alojamientos ubicados en el Partido de Coronel Suárez:

- Cabañas Mirador del Cerro
- Cabañas de los Tíos S.H.
- Ymcapolis Superior
- Cabaña Piedra Azul
- Pillahuinco Parque Hotel

Los aspectos positivos que destacan los usuarios son: Cercanía, Ubicación, Para ir en familia. Mientras que los aspectos negativos que se identifican son: Poca conectividad

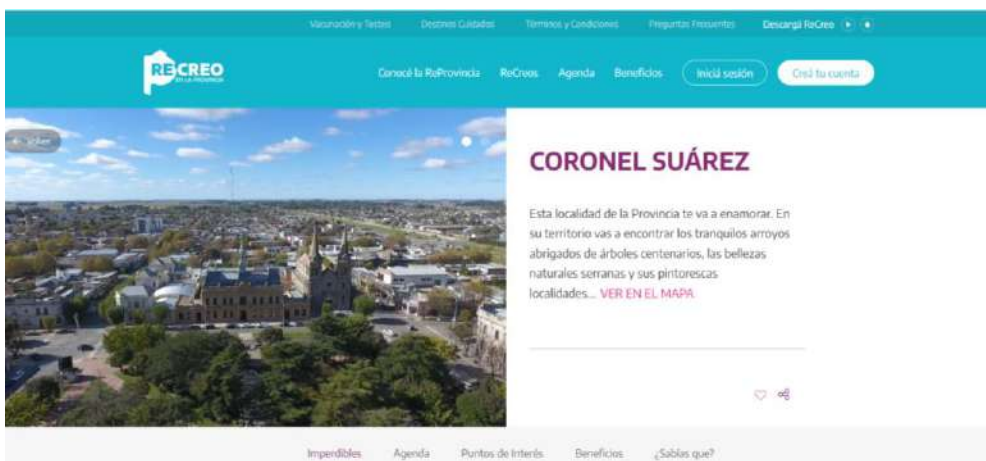
WEB PROVINCIA DE BUENOS AIRES

La búsqueda “Coronel Suárez” en la web oficial de Turismo de la Provincia de Buenos Aires arroja:

- La ruta de la miel bonaerense
- De la llanura a la sierra
- Los hijos de los barcos
- Sabor a pueblo

CORONEL SUÁREZ

Se encontraron 4 resultados relacionados con coronel suárez



Figuras Nº 31-33. Web Turismo Provincia de Buenos Aires
Fuente: Página Web Provincia de Buenos Aires

En todos los casos, la opción “Más información” redirige a la web oficial de Turismo de Coronel Suárez, la cual está en construcción.

Cabe mencionar que Coronel Suárez figura dentro del programa RECREO. Allí, se encuentra una botonera con las opciones: Imperdibles (Villa La Arcadia, Pulpería La Tranca, Strudel Fest, Balneario Municipal Samuel Davies, Cerro del Amor, Quiñihual), Agenda (Strudel Fest, Peralta y Bonete, Circuito histórico y cultura, Piñeyro, Circuito Larralde, Curamalal), Puntos de Interés (Sitios históricos, Atracciones naturales, Pueblo turístico y/o rural, Centros culturales), Beneficios (Descuentos que ofrecen algunos de los Servicios Turísticos) y ¿Sabías qué? (Se encuentra un texto que hace referencia a la Strudel Fest).

CONCLUSIONES

Según los datos obtenidos del análisis de las distintas redes sociales, buscadores y principales canales de reservas se abordan las siguientes conclusiones:

Coronel Suárez es un destino mayormente buscado para visitar en familia.
La gran mayoría de los usuarios provienen de los alrededores y del interior de la Provincia de Buenos Aires.
Es un público joven que busca realizar distintas actividades. Esto se podría potenciar aún más con una mejora en la comunicación tanto en las plataformas de reservas, buscadores como en redes sociales.
Con respecto a la localidad de Villa La Arcadia, se observa que en Google Maps es concebida como parte de Sierra de la Ventana, lo que al replicar la ubicación en las diferentes plataformas hace que el error se repita. Esto genera en el público desconocimiento y se pierde la oportunidad de mostrar otros atractivos de Coronel Suárez.
En cuanto a la percepción de la oferta turística los usuarios destacan la amabilidad y la calidad en la atención. Como puntos a mejorar se remarca la conectividad y la falta de mantenimiento de algunos establecimientos turísticos.
Existe una oportunidad de mejorar la comunicación integrando las cuentas actuales Suárez Turismo y Arcadia.

Por otra parte, se identifican oportunidades para lograr mayor conocimiento de la demanda. Entre las posibles estrategias a abordar se destacan:



Generación de un perfil en Google My Business con el objetivo de dar respuesta a las opiniones en Google de la Oficina de Turismo de Coronel Suárez que ya existe. Incluir fotos actuales y agregar horarios.
Incorporar a la Oficina de Informes de Villa Arcadia.
Generar un espacio para aquellas actividades que hoy por hoy no pueden encontrarse dentro de google.

TRIPADVISOR

Creación de un perfil en TripAdvisor para dar respuesta ante posibles comentarios sobre el destino.
Incorporación de otros atractivos del destino con fotos y descripción.
Incorporar a Villa La Arcadia como atractivo de Coronel Suárez, base para recorrer el Parque Provincial Tornquist y otros atractivos de la Sierra de la Ventania.

REDES SOCIALES

A nivel general, se sugiere elaborar campañas publicitarias segmentando por ubicación, rango etario y edad a partir de las estadísticas. Además, comenzar a registrar a las personas que se contactan a través de las distintas redes, lo que contribuiría a establecer campañas de promoción. Por último, incorporar un manual de respuestas para unificar criterios, teniendo en cuenta las principales consultas que llegan a través de estas redes.

INSTAGRAM

Incorporar en la BIO otros canales de comunicación: redes sociales, web, WhatsApp.
Incorporar en historias destacadas: zonas turísticas, actividades, protocolos por pandemia, calendario de eventos, ubicación.
Para una mejor visualización, incorporar un logo a cada historia destacada que respete los colores institucionales.

FACEBOOK

Comunicación a prestadores sobre cuáles son las redes oficiales para dar difusión.
Generar # para segmentar las publicaciones y alcanzar al público objetivo.
Incorporar sección de opiniones para generar interacción y conocer con profundidad qué opinan sobre el destino, atractivos, etc.

Tener en cuenta los grupos de Facebook para compartir las publicaciones.

TWITTER

Reactivar la cuenta e incorporar los logos oficiales.

Por último, se sugiere crear grupos de difusión para prestadores en Whatsapp, e incorporar un manual de respuestas para unificar criterios, teniendo en cuenta las principales consultas que llegan a través de estas plataformas.

PLATAFORMAS DE RESERVAS: BOOKING Y DESPEGAR.COM

Trabajar en conjunto con los prestadores en la comunicación del destino, haciendo hincapié en aquellos que se ubican dentro de Villa La Arcadia (figuran actualmente como parte de Sierra de la Ventana).

3.5.2 ENCUESTA DE MERCADO

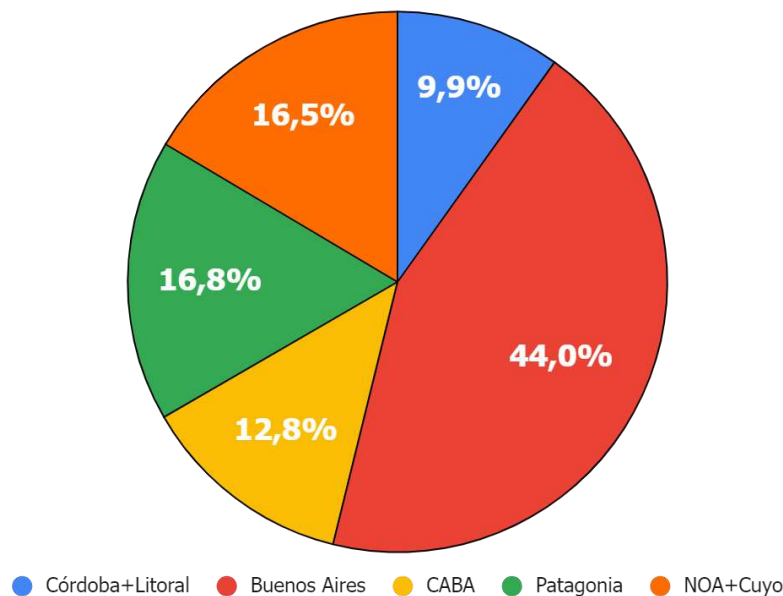
OBJETIVO	Obtener información sobre el perfil sociodemográfico, los hábitos de consumo turístico, el grado de conocimiento de Coronel Suárez y la experiencia de viaje al destino y a la región en la que se encuentra.
PERÍODO DE EJECUCIÓN	14 al 20 de enero
DIFUSIÓN	Facebook - Bases de email de prestadores turísticos
UNIVERSO	Residentes en Argentina, mayores de 18 años, con intereses de viajes, que hayan visitado o no Coronel Suárez.
METODOLOGÍA	Cuestionario estructurado online. A fin de estimular un mayor nivel de respuesta, se recomienda ofrecer un premio a ser sorteado entre aquellos que completen el formulario.
MUESTRA	274 personas

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE MERCADO

PERFIL DEL/A ENCUESTADO/A

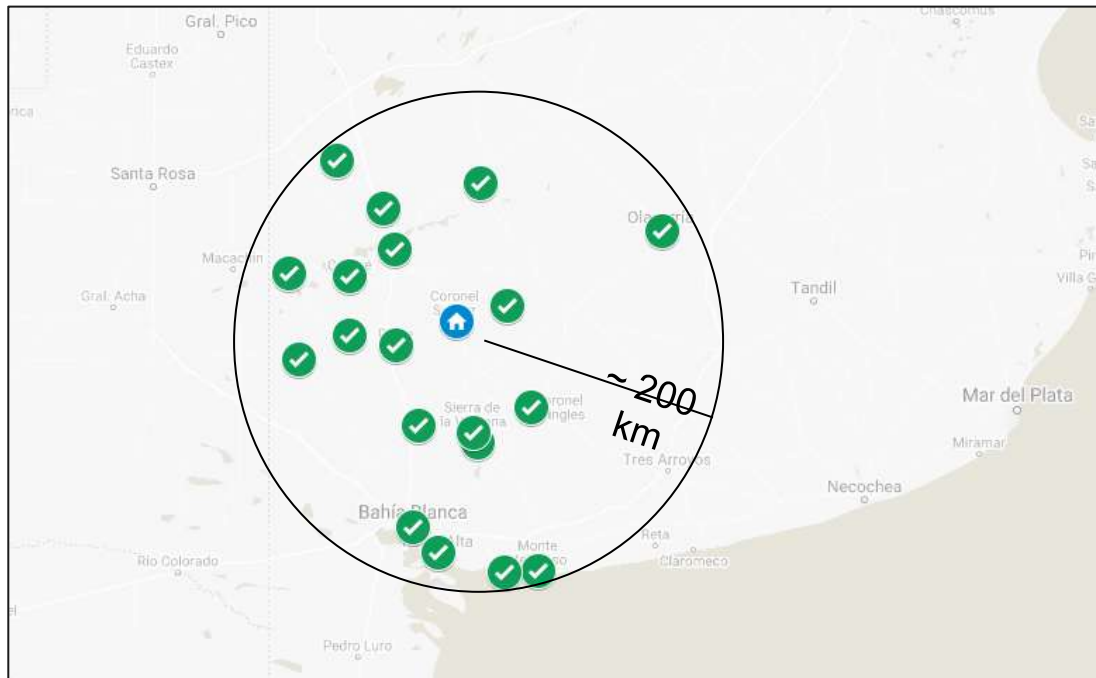
Respecto a la distribución geográfica de las personas encuestadas, la mayoría reside en la provincia de Buenos Aires (44%), mientras que el resto de las provincias del país aportan el 43,2% de la muestra. El 12,8% restante corresponde a residentes de la Ciudad de Buenos Aires.

Gráfico n° 23 - Provincia de residencia



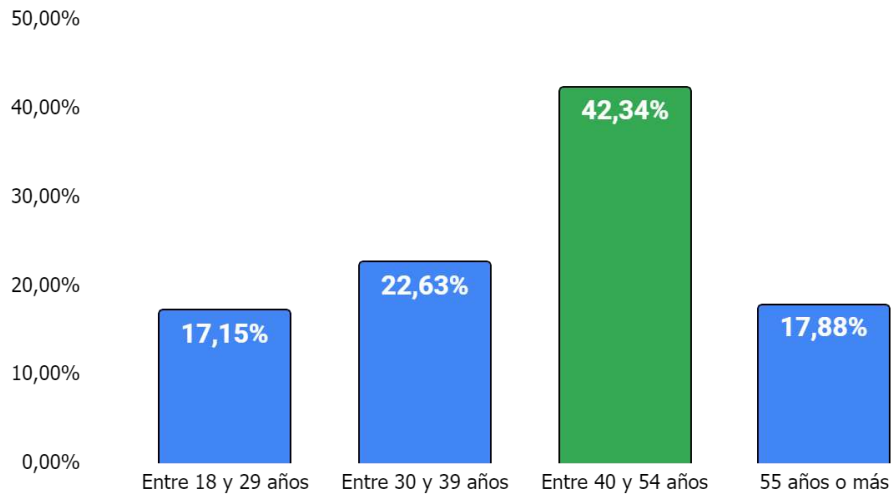
Cabe destacar que, además, se identificaron las personas encuestadas residentes en un radio de aproximadamente 200 km de Coronel Suárez. Estas personas forman parte del mercado de cercanía del destino, cuyo tamaño aproximado es de 700.000 personas, distribuidas en 13 localidades: Bahía Blanca, Saldungaray, Monte Hermoso, Pigüé, Pehuen-Co, Sierra de la Ventana, Coronel Pringles, Daireaux, La Colina, Punta Alta, Guaminí, Darregueira, Casbas, Rivera, Tres Lomas, Puán, Carhué, Olavarría y Tornquist.

Gráfico nº 24 - Localidades en un radio de 200 km de Coronel Suárez



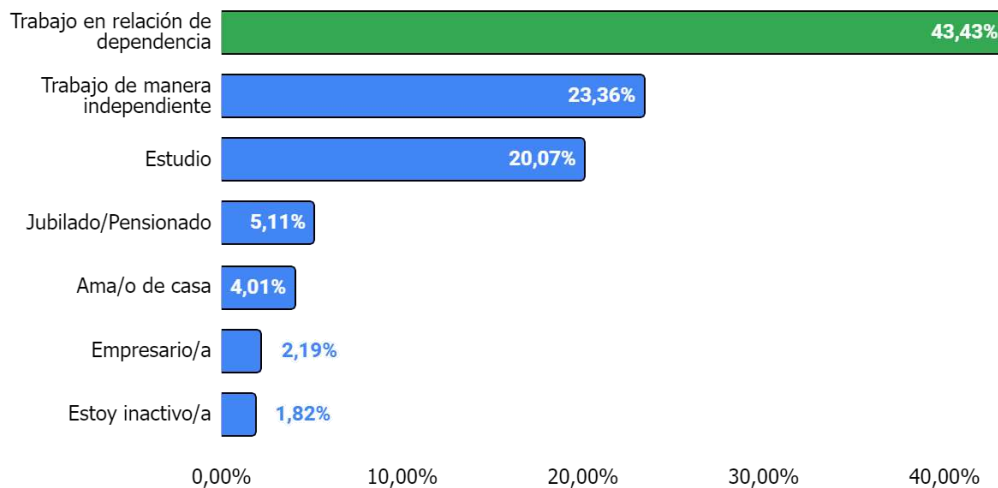
La distribución por edad de las personas encuestadas fue del 42,3% para aquellos pertenecientes al rango etario de 40 a 54 años (Generación X). Por su parte, quienes se encuentran dentro del rango de 30 a 39 años representaron el 22,6% (Millennials). Las personas de 55 años o más sumaron un 17,8% (Baby Boomers) y, finalmente, los jóvenes de entre 18 y 29 años (Centennials) aportaron el 17,1% de la muestra.

Gráfico n° 25 - Distribución por edad



En referencia a la condición de actividad de los encuestados, el mayor porcentaje estuvo representado por trabajadores en relación de dependencia (43,4%), independientes (23,3%) y estudiantes (20%). mientras que los trabajadores autónomos fueron el 19% de la muestra. El 13,3% restante se divide entre jubilados/pensionados (5,1%), amas/os de casa (4%), empresarios/as (2,1%) e inactivos/as (1,8%).

Gráfico n° 26 - Distribución por ocupación

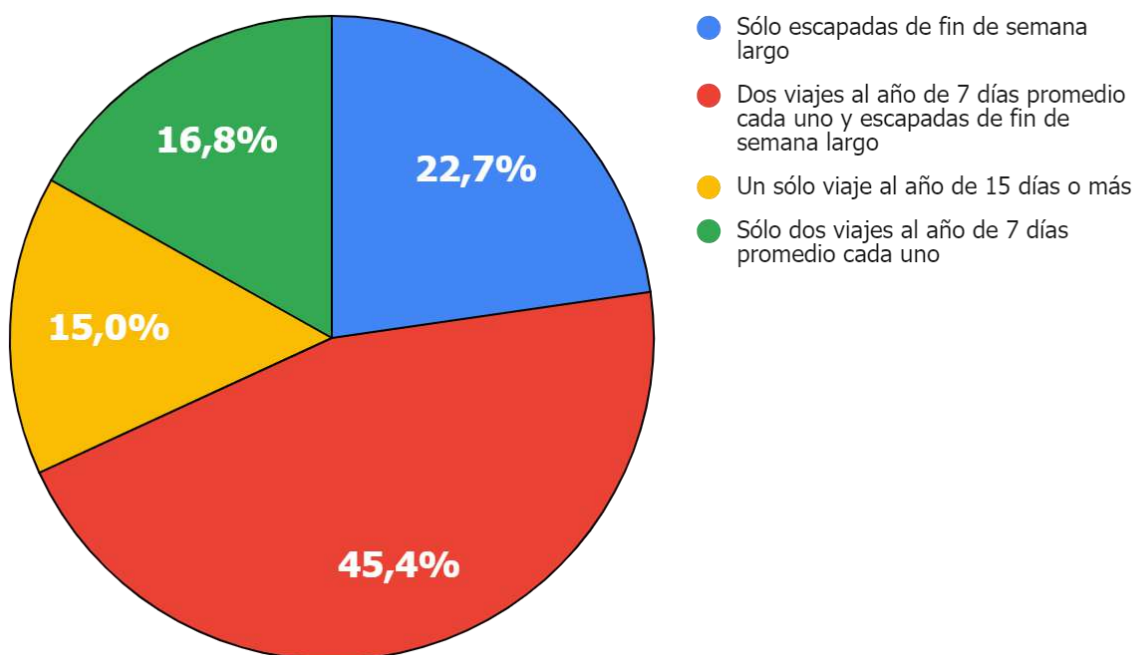


PRÓXIMOS VIAJES DE TURISMO

¿Cómo te imaginás que serán tus próximos viajes de turismo?

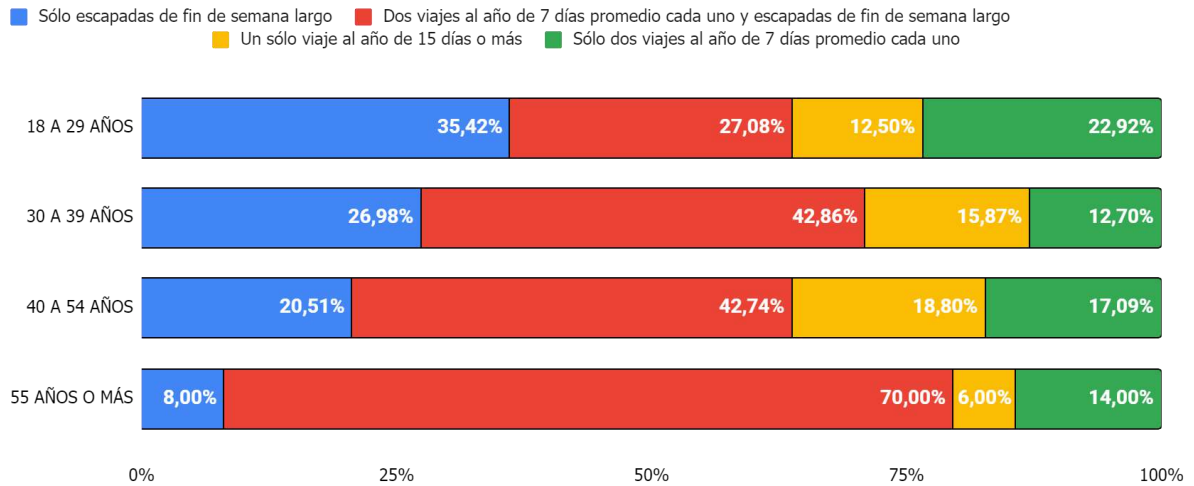
El 45,4% de las personas encuestadas imagina realizar dos viajes al año de 7 días promedio cada uno y escapadas de fin de semana largo, mientras que el 22,7% indica que sólo imagina realizar escapadas de fin de semana largo. De esta manera, se observó que aproximadamente 7 de cada 10 personas encuestadas proyecta realizar escapadas de fin de semana largo. Finalmente, el 16,8% sólo dos viajes al año de 7 días promedio cada uno, mientras que el 15% realizaría sólo un viaje al año de 15 días o más.

Gráfico n° 27 - Próximos viajes de turismo



Por otro lado, al realizar el análisis en base a rangos etarios de las personas encuestadas, se destaca que los/as centennials (entre 18 y 29 años), imagina realizar mayormente sólo escapadas de fin de semana largo, tendencia que decrece a medida que se incrementa la edad. En este sentido, las personas de 30 años en adelante, proyectan en su mayoría realizar dos viajes al año de 7 días promedio cada uno y escapadas de fin de semana largo.

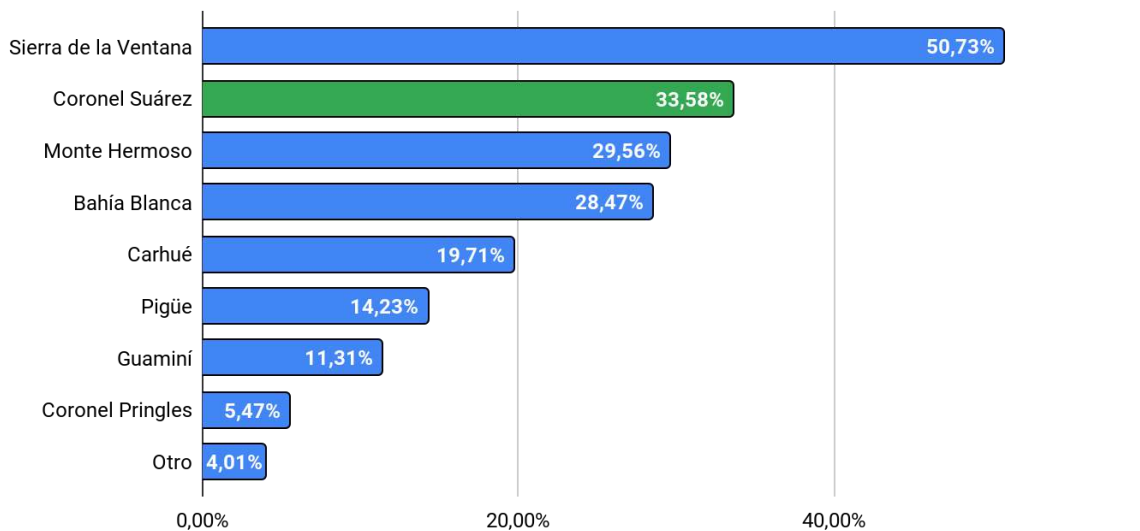
Gráfico n° 28 - Próximos viajes de turismo por rangos etarios



LOCALIDADES DE LA REGIÓN VISITADAS

¿Cuál de las siguientes localidades del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires has visitado en los últimos años?

Gráfico n° 29 - Localidades de la región visitadas



En el Gráfico N° 29, se observa que la mitad de las personas encuestadas ha visitado en los últimos años Sierra de la Ventana. Cabe destacar que Coronel Suárez se ubica como el segundo destino más visitado por quienes contestaron la encuesta.

PERFIL DE CORONEL SUÁREZ COMO DESTINO TURÍSTICO

¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando pensás en Coronel Suárez?

Al consultar acerca de lo primero que se les viene a la mente al pensar en Coronel Suárez, a través de una pregunta abierta, las personas encuestadas indicaron ideas y conceptos relacionados al *campo*, la *tranquilidad* y las *Colonias Alemanas*. Otras palabras que se han repetido asociadas a la tradición alemana son *gastronomía alemana* y *strudel*. También hay una alta valoración en torno a las palabras *naturaleza*, *paisaje* y *sierras*. Algunas personas se refirieron también al concepto *linda ciudad*, relacionadas al mismo se mencionan con menor repetición palabras como *plaza principal* y *arte/cultura*. Por último, también se mencionó dentro del rango de 30 años en adelante a *Sergio Denis* como una personalidad estrechamente vinculada con Coronel Suárez.

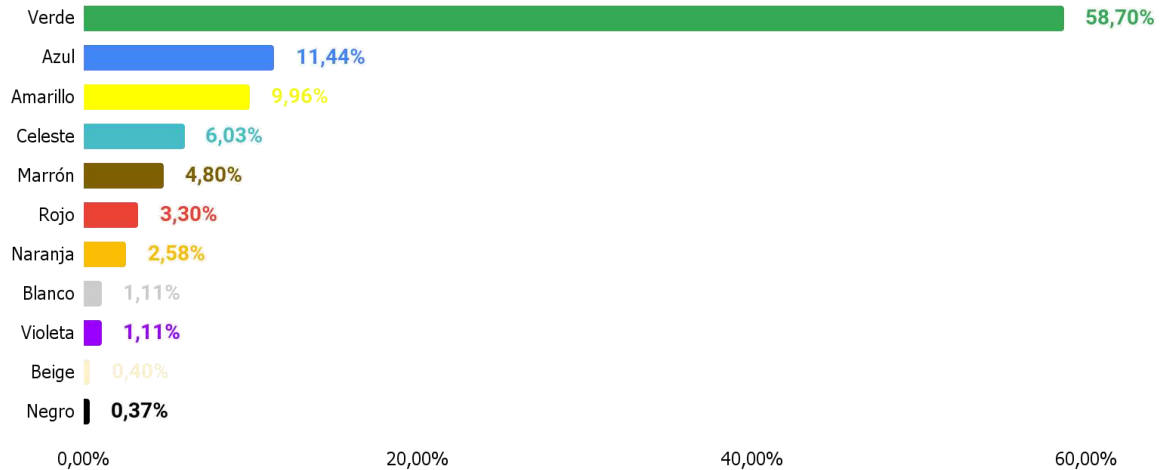
Figura nº 34 - Nube de palabras sobre Coronel Suárez



¿Qué color se te viene a la mente cuando pensás en Coronel Suárez?

En relación a los colores mayormente asociados con Coronel Suárez, predomina mayormente el **verde** (58,7%), seguido del **azul** (11,4%) y el **amarillo** (9,9%).

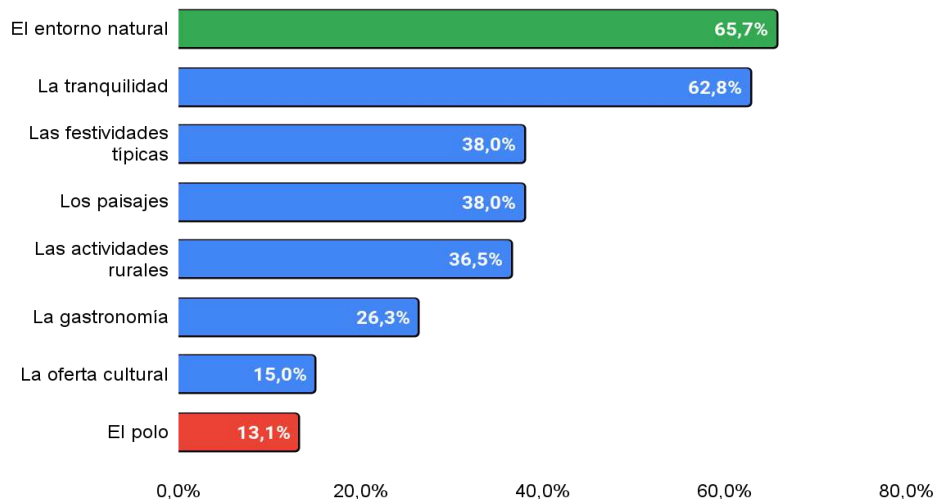
Gráfico n° 30 - Colores asociados a Coronel Suárez



¿Cuáles dirías que son los atributos que caracterizan a Coronel Suárez?

Las personas encuestadas indicaron que los atributos más destacados de Coronel Suárez son principalmente **el entorno natural** y **la tranquilidad**.

Gráfico n° 31 - Atributos destacados de Coronel Suárez



Asimismo, se realizó el análisis según lugar de residencia. En este sentido, el 75,5% de las personas encuestadas residentes de localidades cercanas, indica que las festividades típicas son de los atributos más destacados de Coronel Suárez. Por otro lado, 8 de cada 10 personas que residen en el resto de la provincia de Buenos Aires indican la tranquilidad como atributo destacado, mientras que, en el resto del país, se observa que 6 de cada 10 personas destaca el entorno natural.

Tabla n° 21 - Atributos destacados de Coronel Suárez por residencia

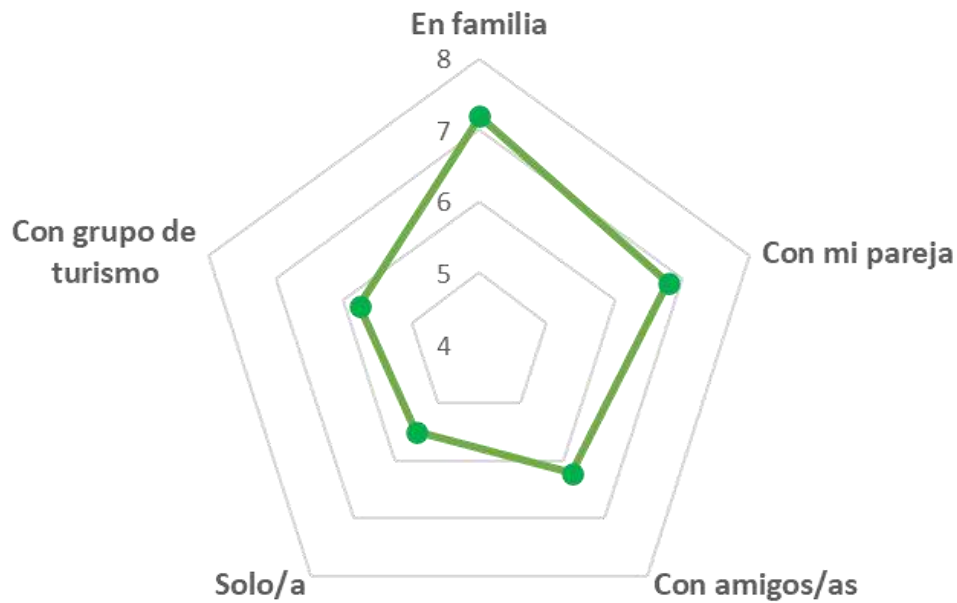
LOCALIDADES CERCANAS		RESTO DE PBA		RESTO DEL PAÍS	
Las festividades típicas	75,51%	La tranquilidad	81,69%	El entorno natural	62,39%
El entorno natural	59,18%	El entorno natural	71,83%	La tranquilidad	57,26%
La tranquilidad	53,06%	Las actividades rurales	39,44%	Los paisajes	42,74%
La gastronomía	40,82%	Los paisajes	38,03%	Las actividades rurales	32,48%
Las actividades rurales	40,82%	Las festividades típicas	36,62%	Las festividades típicas	23,93%
La oferta cultural	24,49%	La gastronomía	28,17%	La gastronomía	19,66%
El polo	22,45%	La oferta cultural	14,08%	La oferta cultural	13,68%
Los paisajes	20,41%	El polo	12,68%	El polo	8,55%

Coronel Suárez es un destino para viajar...

Se utilizaron cuadros de valoración¹ para profundizar en la percepción de Coronel Suárez como destino turístico. A nivel general, los resultados indican que Coronel Suárez es mayormente un destino asociado a viajes en **familia** y **en pareja**, tendencia que se repite independientemente del lugar de residencia y rangos etarios.

¹ En los cuadros de valoración, 1 es igual a "Totalmente en desacuerdo" y 10 es igual a "Totalmente de acuerdo"

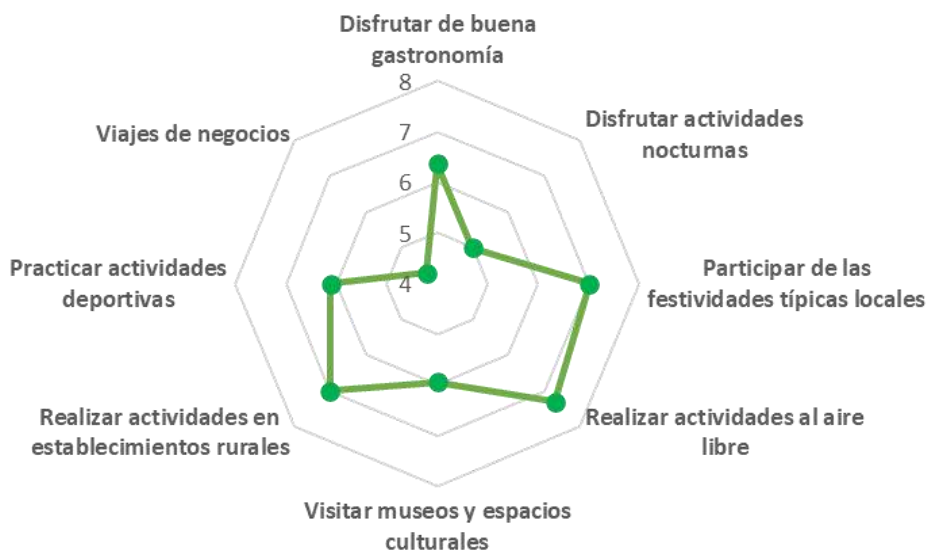
Gráfico n° 32 - Valoración sobre grupo de viaje



Coronel Suárez es ideal para...

A nivel general, los resultados indican que Coronel Suárez es mayormente un destino ideal para **realizar actividades al aire libre**, **participar de las festividades típicas locales** y **realizar actividades en establecimientos rurales**, tendencia que se repite independientemente del lugar de residencia y rangos etarios.

Gráfico n° 33 - Valoración sobre actividades más representativas

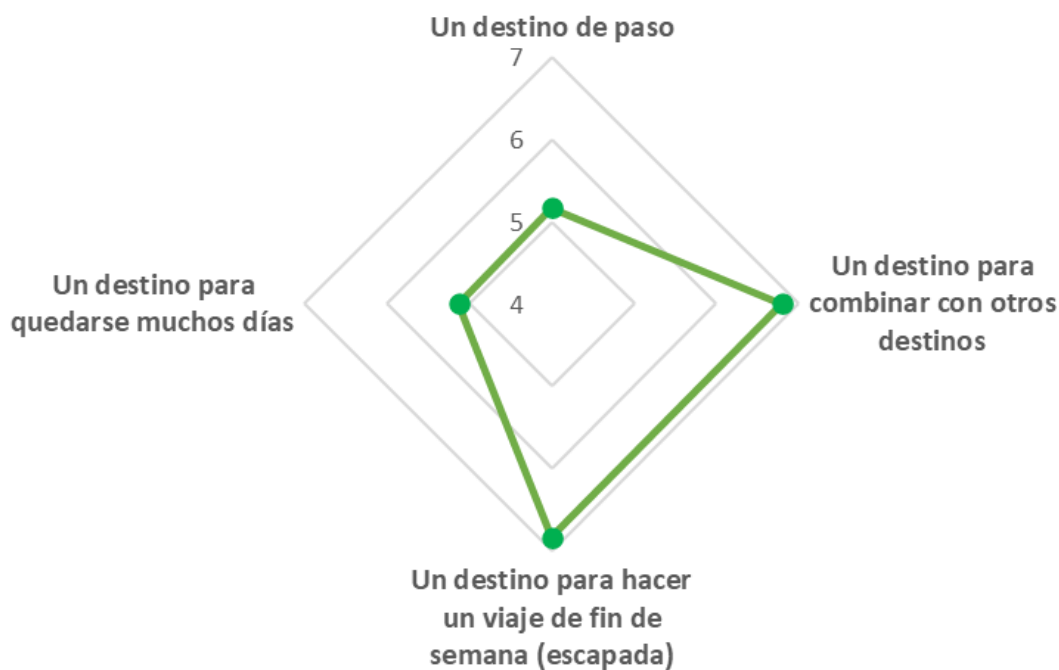


Al realizar el análisis según lugar de residencia, se observan pequeñas diferencias con respecto a las respuestas generales. En este sentido, las personas residentes de localidades cercanas a Coronel Suárez valoran con mayor puntaje la participación en festividades típicas locales.

Coronel Suárez como destino de viaje es...

A nivel general, los resultados indican que Coronel Suárez es mayormente un destino para **hacer un viaje de fin de semana (escapada)** y para **combinar con otros destinos**, tendencia que se repite independientemente del lugar de residencia y rangos etarios.

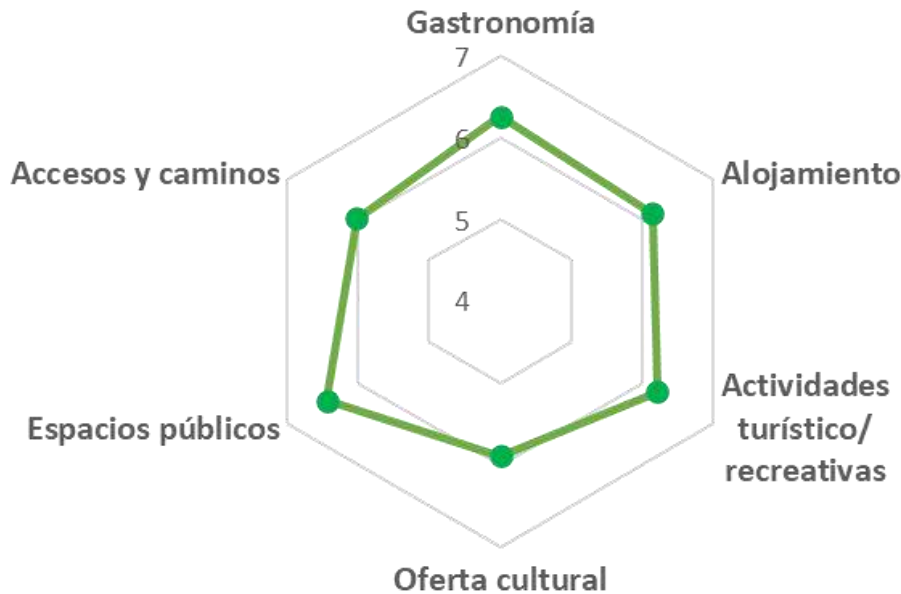
Gráfico n° 34 - Valoración como destino de viaje



En base a tu experiencia, marca tu nivel de satisfacción con los siguientes rubros de Coronel Suárez.

Se utilizaron cuadros de valoración para conocer el nivel de satisfacción con respecto a la oferta de servicios turísticos y de apoyo de Coronel Suárez. A nivel general, los resultados arrojan un nivel de satisfacción promedio superior a los 6 puntos, siendo los espacios públicos, la gastronomía y las actividades turístico/recreativas como los más valorados.

Gráfico n° 35 - Nivel de satisfacción



¿Qué actividades te gustaría hacer en este destino turístico?

Por último, a través de una pregunta abierta, se indagó acerca de la intención de viaje y motivación por parte de las personas encuestadas. Las personas encuestadas tuvieron la posibilidad de expresar sus comentarios acerca de las actividades que les gustaría realizar en Coronel Suárez, y las respuestas fueron categorizadas para su procesamiento.

Los resultados generales indican que las actividades que a los/as turistas potenciales les gustaría realizar en Coronel Suárez son:

HACER ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE

VISITAR ESTABLECIMIENTOS RURALES

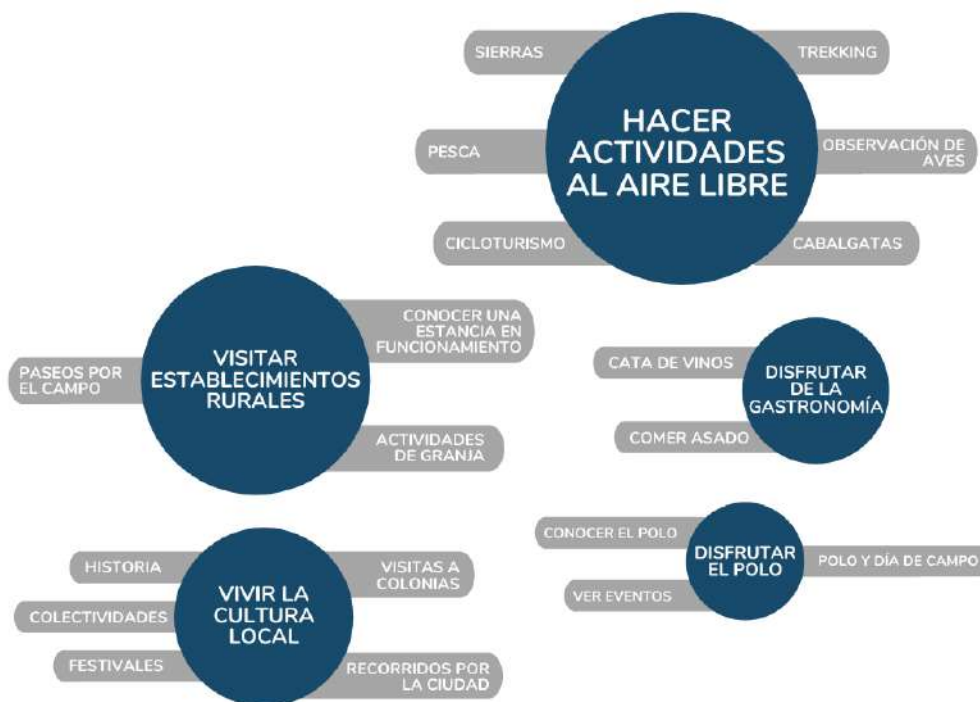
VIVIR LA CULTURA LOCAL

DISFRUTAR DE LA GASTRONOMÍA

DISFRUTAR EL POLO

En relación a las **actividades al aire libre**, se mencionan alternativas como *trekking, observación de aves, cicloturismo, cabalgatas, pesca y visita a las sierras*. En cuanto a la **visita de establecimientos rurales**, se destacan los *paseos por el campo, conocer estancias en funcionamiento y realizar actividades de granja*. Asimismo, **vivir la cultura local** está relacionado a la *visita a colonias, recorridos por la ciudad, participar de festivales, actividades con las colectividades* y otras relacionadas a la *historia*. Por otro lado, **disfrutar de la gastronomía** se vincula con poder *disfrutar un asado y realizar catas de vino*. Por último, se menciona la posibilidad de **disfrutar el polo**, asociado a la *asistencia a eventos, conocer el polo y disfrutar del polo en un día de campo*.

Figura nº 35 - Actividades que les gustaría realizar en coronel suárez



CONCLUSIONES

Perfil del encuestado/a

Este estudio contó con la participación de 332 personas en total, de las cuales 274 corresponden a turistas potenciales/actuales del Partido de Coronel Suárez.

Poco más de la mitad de las personas encuestadas residen en la Provincia de Buenos Aires y tiene entre 40 y 54 años (guardando similitud con los datos de perfil de seguidores en redes sociales obtenidos en el Informe de Web Analítica). En

relación a la ocupación, son mayormente trabajadores en relación de dependencia e independientes.

En cuanto a la frecuencia de viaje proyectada, se destaca que el segmento joven, entre 18 y 29 años, imagina mayormente sólo escapadas de fin de semana largo, mientras que las personas de 30 años en adelante, proyectan en su mayoría dos viajes al año de 7 días promedio cada uno y escapadas de fin de semana largo.

Las localidades que han sido visitadas mayoritariamente son: Sierra de la Ventana, Coronel Suárez, Monte Hermoso y Bahía Blanca. Estas localidades se ubican a una distancia promedio de entre 100 y 220 km. El grado de conocimiento de la región ofrece la oportunidad de fortalecer el posicionamiento de Coronel Suárez como destino base para recorrer otros atractivos de la región. Al mismo tiempo, se observa como fortaleza la integración regional para el diseño de propuestas que combinen estadías en distintos destinos del Sudoeste Bonaerense, incluyendo la posibilidad de pernoctar en Coronel Suárez. De esta manera y tomando como referencia la frecuencia de viaje proyectada citada anteriormente, se podrían diseñar e insertar en la cadena de comercialización propuestas de 3 a 7 días de duración. Este último punto también guarda relación con la percepción en relación a la duración de la estadía que es de un destino de fin de semana o para combinar con otros destinos.

Percepción sobre Coronel Suárez

En relación a su posicionamiento actual se observa una estrecha relación entre el verde, el campo, la naturaleza, la tranquilidad y las colonias alemanas en la caracterización del destino.

Por su parte, quienes viven en los municipios cercanos a Coronel Suárez indican que el atributo más destacado de Coronel Suárez son las festividades típicas, a diferencia de quienes residen en el resto de la provincia que resaltan la tranquilidad y el entorno natural. Realizar actividades al aire libre, participar de las festividades típicas locales y realizar actividades en los establecimientos rurales son las actividades más representativas indicadas por las personas encuestadas.

Estos recursos brindan el marco propicio para el diseño y fortalecimiento de una oferta con valor diferencial.

Asimismo, tal como se observó en el informe de analítica web de plataformas, Sierra de la Ventana está fuertemente vinculado a Coronel Suárez y es una de las motivaciones de viaje.

Se observa la oportunidad de fortalecer la comunicación en este aspecto, destacando a Villa La Arcadia como parte de Coronel Suárez y base para recorrer Sierra de la Ventana.

La percepción sobre el perfil de destino muestra una asociación directa con el público familiar y parejas. Este dato resulta de interés para la orientación de inversiones de alojamiento y servicios capaces de satisfacer estos segmentos de la demanda.

Nivel de satisfacción

Al indagar sobre la experiencia de quienes visitaron previamente el destino, el nivel de satisfacción fue intermedio (con una puntuación de 6/10) en relación a los espacios públicos y los servicios turísticos. Se observa aquí una oportunidad para trabajar conjuntamente con el sector privado en términos de calidad para la mejora cualitativa de la oferta. Se observa una similitud con la percepción de servicios de alojamiento detectada en los canales de reserva online durante el estudio de analítica web.

Motivación

Las experiencias ligadas a la producción rural, la cultura local y la gastronomía constituyen un activo altamente valorado en la oferta de Coronel Suárez por las personas encuestadas. Las motivaciones de viaje descritas sumadas a datos como el rango etario y perfil de empleo pueden orientar el desarrollo de servicios y propuestas en el destino, contemplando, por ejemplo, experiencias gastronómicas, turismo rural y las colonias alemanas, bajo una mirada sustentable que podría incluir circuitos de trekking y/o ciclismo como parte de las experiencias.

Teniendo en cuenta a los/as encuestados/as entre 18 a 39 y sus motivaciones por las actividades al aire libre, sumado a los datos relevados durante el análisis web, sería interesante que este rango etario participe en el fomento de actividades al aire libre. Incentivar al visitante a compartir historias de las actividades que están realizando puede ser un interesante atractivo para que el usuario se identifique y quiera vivir esa experiencia en primera persona.

Resulta de interés la co-creación de experiencias auténticas con la comunidad que inviten a compartir y a vivir en primera persona actividades en torno a motivaciones diversas. De esta manera el turismo podría dar visibilidad a otras actividades y expresiones que tienen que ver con este territorio, dando lugar a

oportunidades de crecimiento y puesta en valor para toda la comunidad y su entramado socioproductivo.



3.5.3 ENCUESTA A RESIDENTES DEL PARTIDO DE CORONEL SUÁREZ

Tabla N° 22. Características Encuesta a residentes

OBJETIVO	Conocer su percepción y motivaciones vinculadas con el uso actual y potencial de la oferta de servicios y atractivos del Partido de Coronel Suárez
PERÍODO DE EJECUCIÓN	18 al 24 de febrero
DIFUSIÓN	Facebook, Instagram enlace a formulario en el Micrositio: #SUÁREZDECIDE Encuesta a Residentes singerman-makon
UNIVERSO	Residentes del Partido de Coronel Suárez, mayores de 18 años
METODOLOGÍA	Cuestionario estructurado online
MUESTRA	119 personas

RESULTADOS DE LA ENCUESTA A RESIDENTES DEL PARTIDO DE CORONEL SUÁREZ

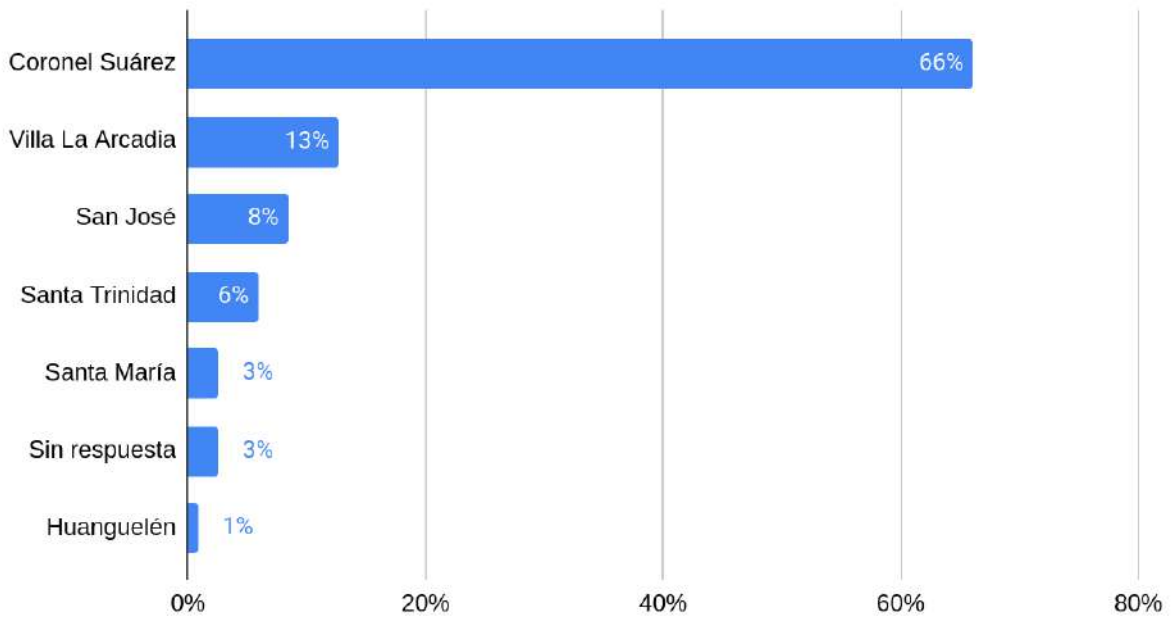
PERFIL DEL/A ENCUESTADO/A

La encuesta fue realizada por un total de 119 residentes del Partido de Coronel Suárez.

El 66% de las personas encuestadas residen en la localidad cabecera Coronel Suárez, el 13% en Villa La Arcadia y el 17% en las colonias alemanas (San José, Santa Trinidad y Santa María, en orden de representatividad de la muestra).

Gráfico N° 36. Localidad de residencia

Localidad de Residencia

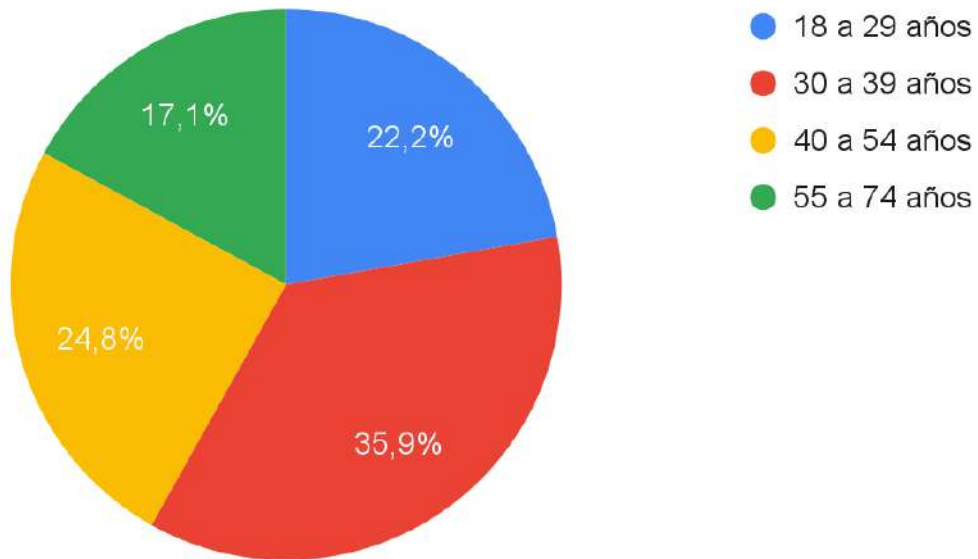


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la distribución por edad de las personas encuestadas se observa que la mayoría (35,9%) tiene entre 30 a 39 años (Millennials). El nivel de participación en este cuestionario de los otros rangos etarios fue igualmente significativo, a saber: el 24,8% se encuentra dentro del rango etario de 40 a 54 años, el 22,2% corresponde a jóvenes entre 18 a 29 años (Centennials) y el 17,1% a personas de 55 a 74 años (Baby Boomers).

Gráfico N° 37. Distribución por edad

Rango Etario



Fuente: Elaboración propia

PERCEPCIÓN DE ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

¿En qué medida crees que los siguientes productos turísticos son representativos del Partido de Coronel Suárez?

Se utilizó un cuadro de valoración² para profundizar en la percepción de Coronel Suárez como destino turístico.

Como se observa en la tabla a continuación los productos turísticos más representativos del Partido de Coronel Suárez para las personas encuestadas son: turismo vinculado a las colonias alemanas (3,72), turismo vinculado a las sierras (3,58), turismo rural (3,19) y turismo de aventura (3,09).

Tabla N° 23. Productos turísticos representativos

GENERAL

² En el cuadro de valoración, 1 es igual a “Nada representativo” y 5 es igual a “Muy representativo”

Productos turísticos representativos de Coronel Suárez	
Turismo vinculado a Colonias Alemanas	3,72
Turismo vinculado a las Sierras	3,58
Turismo Rural	3,19
Turismo de Aventura	3,09
Turismo Deportivo	2,36
Turismo de Reuniones	2,05
Turismo de Salud	1,79
Turismo LGBTQ+	1,56

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, al realizar el análisis en base a rangos etarios de las personas encuestadas, se destacan en la siguiente tabla los productos más representativos para cada segmento:

Tabla N° 23. Productos turísticos representativos por edad

18 a 29 años		30 a 39 años		40 a 54 años		55 a 74 años	
Colonias Alemanas	3,85	Colonias Alemanas	4,05	Colonias Alemanas	3,59	Sierras	3,25
Sierras	3,65	Sierras	3,71	Sierras	3,55	Rural	3,15
Aventura	3,00	Rural	3,29	Rural	3,45	Colonias Alemanas	3,05
Rural	2,77	Aventura	3,24	Aventura	3,07	Aventura	2,90
Reuniones	2,35	Deportivo	2,52	Deportivo	2,41	Deportivo	2,20
Deportivo	2,15	Reuniones	2,17	Salud	1,97	Reuniones	1,65
LGBTQ+	1,62	Salud	1,95	Reuniones	1,90	Salud	1,50
Salud	1,58	LGBTQ+	1,64	LGBTQ+	1,62	LGBTQ+	1,25

Nota: Valoración 5 = Muy representativo

Fuente: Elaboración propia

En orden de prioridad, del 1º al 3º puesto, ¿Cuáles crees que son los atractivos



Figura Nº 37. Palabras con las que un turista identifica Coronel Suárez

Fuente: Elaboración propia

NIVEL DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN A LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Se utilizaron cuadros de valoración³ para profundizar en la percepción del residente sobre la oferta turística actual. Se indagó sobre el nivel de satisfacción con la oferta de alojamiento, gastronomía, actividades recreativas y la oferta cultural del Partido de Coronel Suárez.

Los servicios de gastronomía / restaurantes fueron los mejores puntuados con un promedio de 3.27 puntos (siendo 5 el nivel máximo de satisfacción). Por su parte la oferta de alojamiento fue valorada con 3.07 puntos, la oferta cultural con 2.7 y las actividades recreativas con 2.67 puntos.

³ En los cuadros de valoración, 1 es igual a “Nada satisfactorio” y 5 es igual a “Muy satisfactorio”

Gráfico N° 38. Nivel de satisfacción con la oferta turística

Alojamiento



Actividades Recreativas

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 24. Nivel de satisfacción con la oferta turística por edad

18 a 29 años		30 a 39 años		40 a 54 años		55 a 74 años	
Restaurante / Gastronomía	3,73	Restaurante / Gastronomía	3,26	Alojamiento	3,04	Restaurante / Gastronomía	3,21
Alojamiento	3,25	Alojamiento	3,12	Restaurante / Gastronomía	2,93	Alojamiento	2,76
Actividades Recreativas	2,92	Oferta Cultural	2,71	Oferta Cultural	2,59	Oferta Cultural	2,53
Oferta Cultural	2,92	Actividades Recreativas	2,5	Actividades Recreativas	2,57	Actividades Recreativas	2,47

Fuente: Elaboración propia

PERCEPCIÓN EN RELACIÓN AL POTENCIAL IMPACTO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

¿De qué forma crees que impactará la formulación del PLAN DE

DESARROLLO TURÍSTICO del Partido de Coronel Suárez? Teniendo en cuenta que se proyecta que más turistas visiten Coronel Suárez. (PREGUNTA DE RESPUESTA MÚLTIPLE)

La mayoría de las personas encuestadas identifican mayormente potenciales impactos positivos a partir de la formulación del Plan de Desarrollo Turístico. El 71,79% considera que podría generar mayores ingresos económicos, más empleo (64,96%), mejoras en la infraestructura (47,86%) y mayor preservación del medioambiente (23,93%).

En relación a los impactos negativos, se identifican en primer lugar la saturación de servicios (11,97%), mayor inseguridad (9,40%) y problemas medioambientales (8,55%).

Tabla Nº 25. Potencial impacto del plan de desarrollo turístico

PERCEPCIÓN IMPACTO DEL PLAN		
IMPACTOS POSITIVOS	Mayores ingresos económicos	71,79%
	Más empleo	64,96%
	Mejoras en infraestructura	47,86%
	Mayor preservación del medioambiente	23,93%
	Mayor seguridad	9,40%
IMPACTOS NEGATIVOS	Saturación de servicios	11,97%
	Mayor inseguridad	9,40%
	Problemas medioambientales	8,55%
	Otros	1,71%
	No conozco el plan	0,85%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla Nº5 se analiza por distribución de edad la percepción sobre el potencial impacto del plan. En este sentido se observa que para todos los rangos etarios mayores ingresos económicos, más empleo, mejoras en infraestructura y mayor preservación del medioambiente son los impactos positivos mayormente asociados a la formulación del plan.

En relación a los impactos negativos los Centennials (18 a 29 años) y los Millenials (30 a 39 años) coinciden en ponderar la saturación de servicios y la mayor inseguridad como posibles externalidades no deseadas del turismo. El segmento de personas encuestadas entre 40 y 54 años expresa como principal amenaza los problemas medioambientales y entre 55 y 74 años la mayor inseguridad.

Tabla N° 26. Potencial impacto del plan de desarrollo turístico por edad

PERCEPCIÓN IMPACTO DEL PLAN			
18 a 29 años		30 a 39 años	
Mayores ingresos económicos	69,23%	Mayores ingresos económicos	59,52%
Más empleo	69,23%	Más empleo	57,14%
Mejoras en infraestructura	50,00%	Mejoras en infraestructura	50,00%
Mayor preservación del medioambiente	19,23%	Mayor preservación del medioambiente	23,81%
Saturación de servicios	15,38%	Saturación de servicios	11,90%
Mayor seguridad	15,38%	Mayor inseguridad	9,52%
Mayor inseguridad	11,54%	Problemas medioambientales	7,14%
Problemas medioambientales	3,85%	Mayor seguridad	4,76%
No conozco el plan	3,85%	Otros	2,38%
40 a 54 años		55 a 74 años	
Mayores ingresos económicos	89,66%	Mayores ingresos económicos	75,00%
Más empleo	72,41%	Más empleo	65,00%
Mejoras en infraestructura	48,28%	Mejoras en infraestructura	40,00%
Mayor preservación del medioambiente	24,14%	Mayor preservación del medioambiente	30,00%
Problemas medioambientales	17,24%	Mayor seguridad	15,00%
Saturación de servicios	13,79%	Mayor inseguridad	15,00%
Mayor seguridad	6,90%	Problemas medioambientales	5,00%
Mayor inseguridad	3,45%	Saturación de servicios	5,00%
Otros	3,45%		

Fuente: Elaboración propia

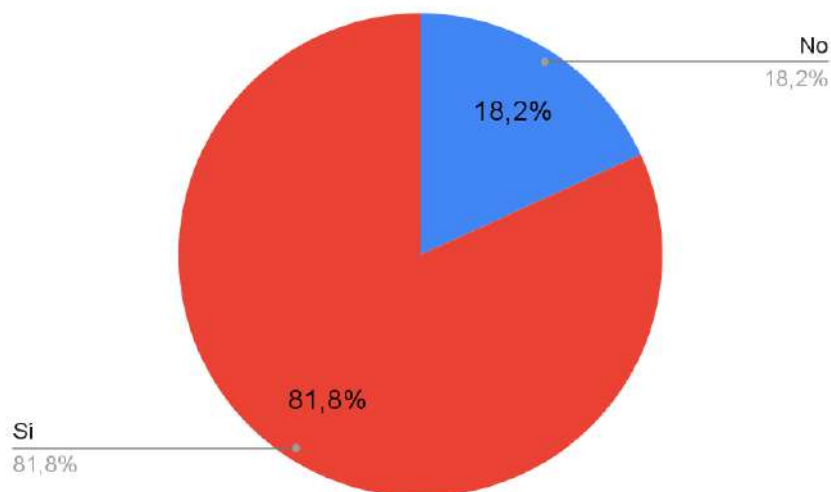
3.5.4 ENCUESTAS EN OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Tabla N° 27. Características Encuesta a turistas

OBJETIVO	Obtener información acerca del turista actual y su comportamiento al momento de visitar el Partido de Coronel Suárez
PERÍODO DE EJECUCIÓN	Enero a Marzo 2022
UNIVERSO	Turistas que ingresan a la Oficina de Información Turística de Coronel Suárez y Villa La Arcadia
METODOLOGÍA	Cuestionario estructurado personal
MUESTRA	Coronel Suárez: 22 personas Villa La Arcadia: 386 personas

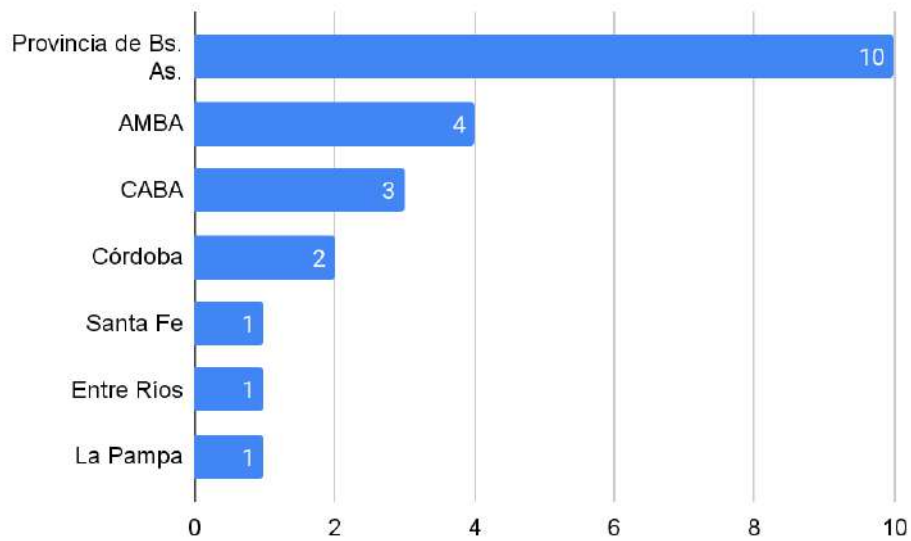
RESULTADOS PRELIMINARES DE LA ENCUESTA EN OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE CORONEL SUÁREZ

Gráfico N° 39. ¿Es la primera vez que venís a Coronel Suárez?



Fuente: Elaboración propia

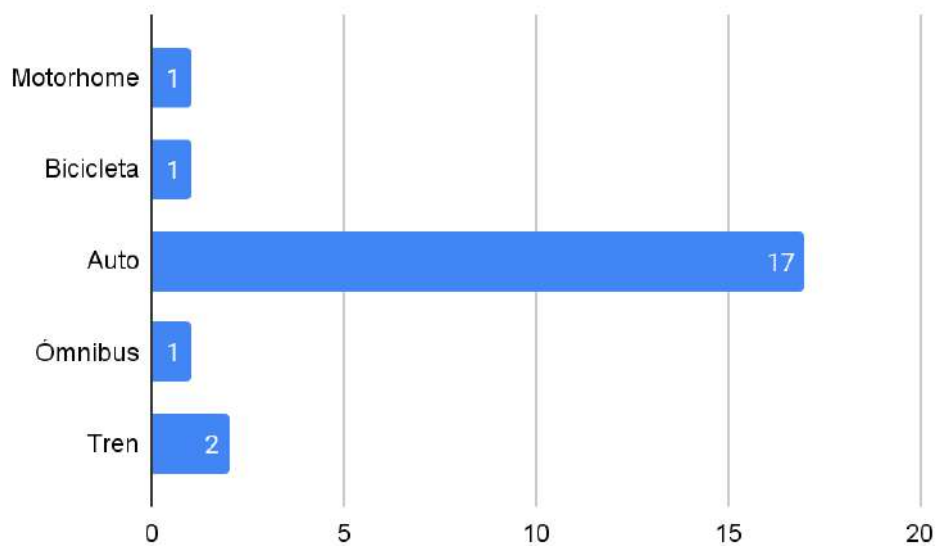
Gráfico N° 40. ¿Dónde residís?



Fuente: Elaboración propia

El 81,8% de las personas encuestadas que pasaron por la oficina de informes de Coronel Suárez indicaron que era la primera vez que visitaban el lugar, por su parte el 18,2% señaló que ya había visitado el destino. En cuanto al lugar de residencia la mayoría pertenece a la Provincia de Buenos Aires.

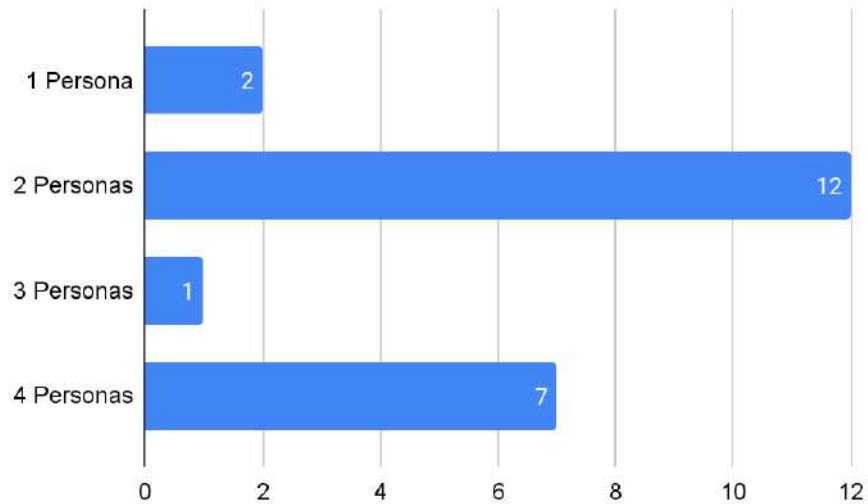
Gráfico N° 41. ¿En qué medio de transporte viniste/vinieron?



Fuente: Elaboración propia

El medio de transporte más utilizado para arribar a Coronel Suárez por las personas encuestadas es el auto.

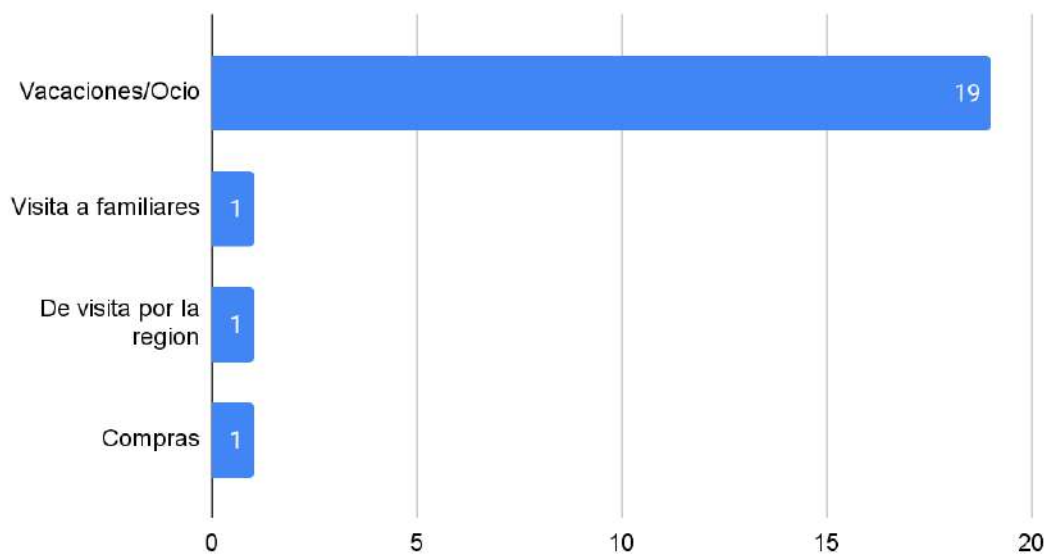
Gráfico N° 42. ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 43. ¿Cuál es el motivo de su visita?

¿Cuál es el motivo de su visita?

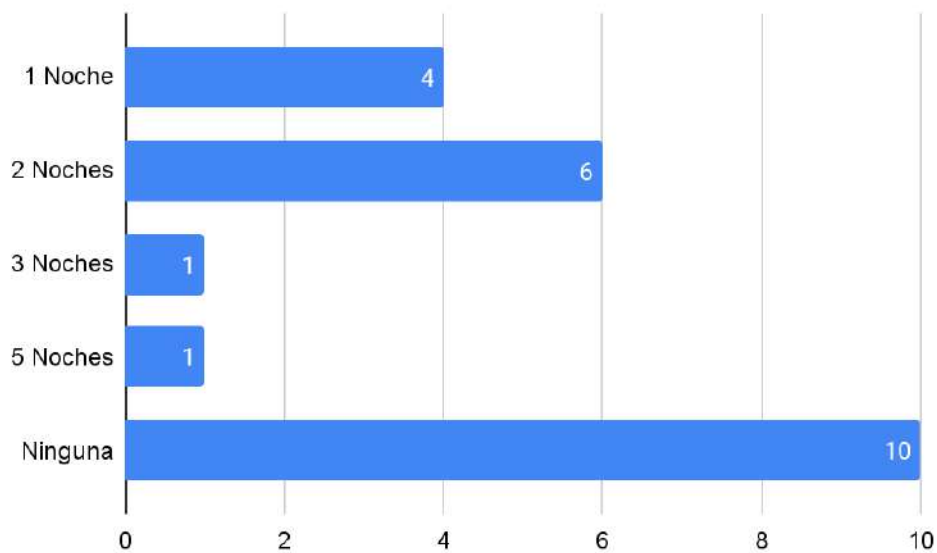


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la cantidad de personas que conforman el grupo de viaje, se observa que la mayoría de las personas encuestadas viajan de a dos personas, en segundo en grupos 4 personas.

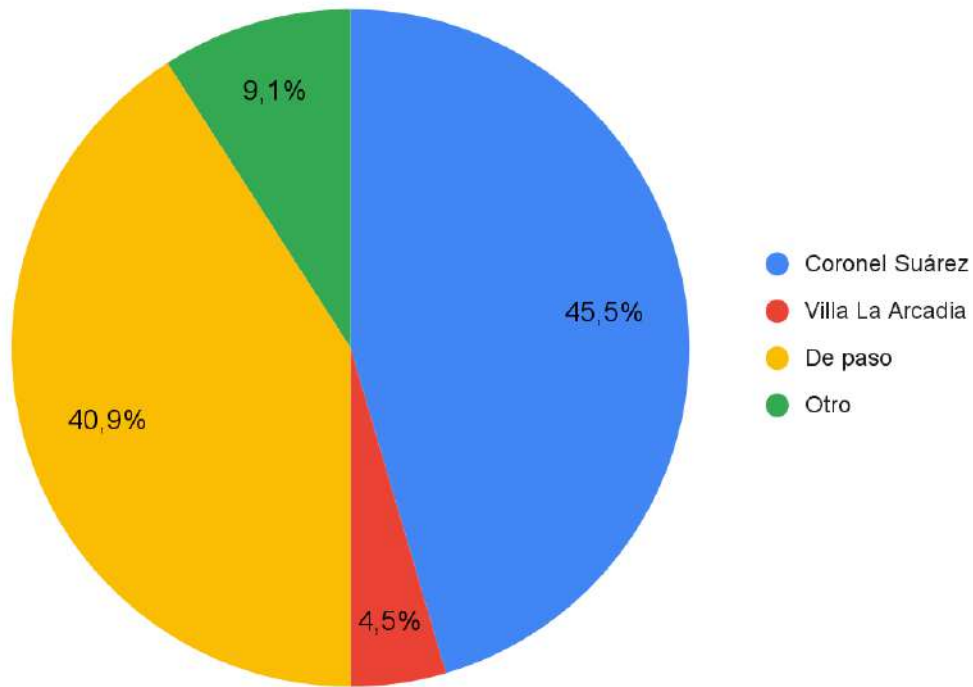
Dichos grupos ante la pregunta del motivo de su viaje, en mayor medida es por vacaciones u ocio.

Gráfico N° 44. ¿Cuántas noches estarás/estarán en Coronel Suárez?



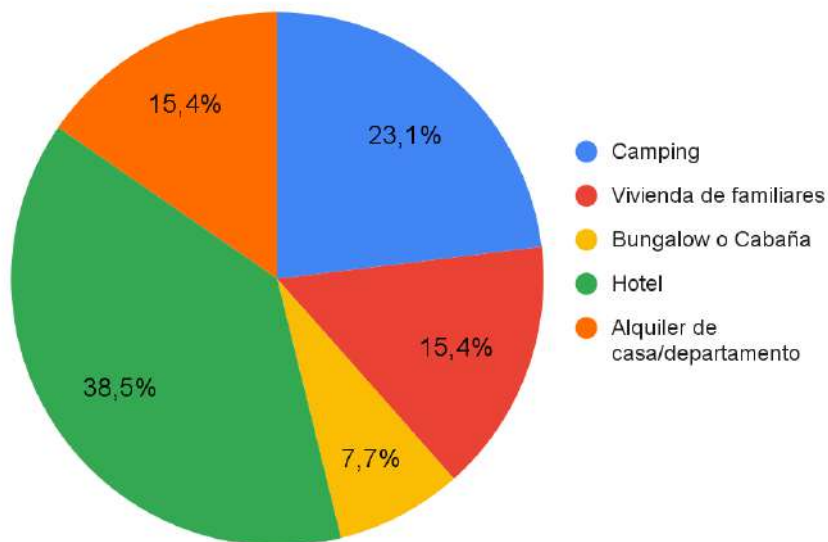
Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 45. ¿Dónde duermen/dormirán?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 46 ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán?



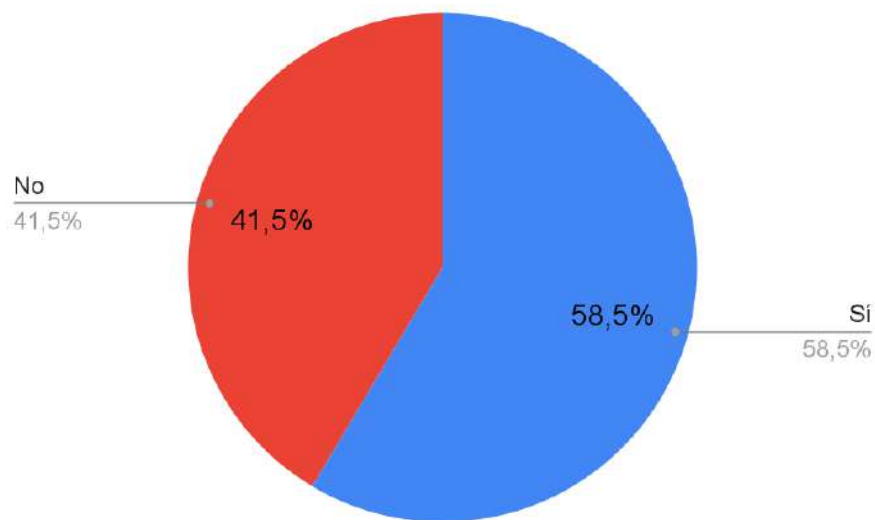
Fuente: Elaboración propia

Ante la consulta sobre la cantidad de noches que pasarían en el destino, la mayoría sólo estaba de paso por el lugar, mientras que en segundo lugar se indicó que pasarían 2 noches en Coronel Suárez o bien en otro lugar de la zona.

El 38,5% de las personas encuestadas mencionó que se quedarían en un hotel, en segundo lugar (23,1%) en un camping.

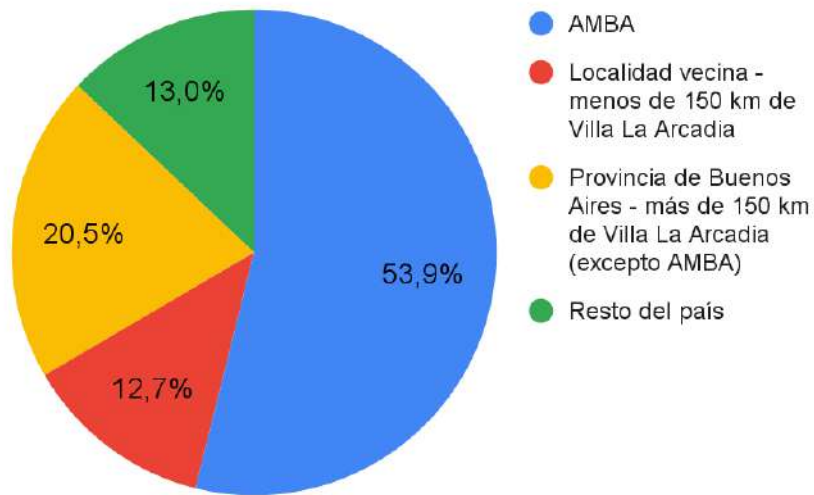
RESULTADOS PRELIMINARES DE LA ENCUESTA EN OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE VILLA LA ARCADIA

Gráfico N° 47. ¿Es la primera vez que venís a Villa La Arcadia?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 48. ¿Dónde residís?

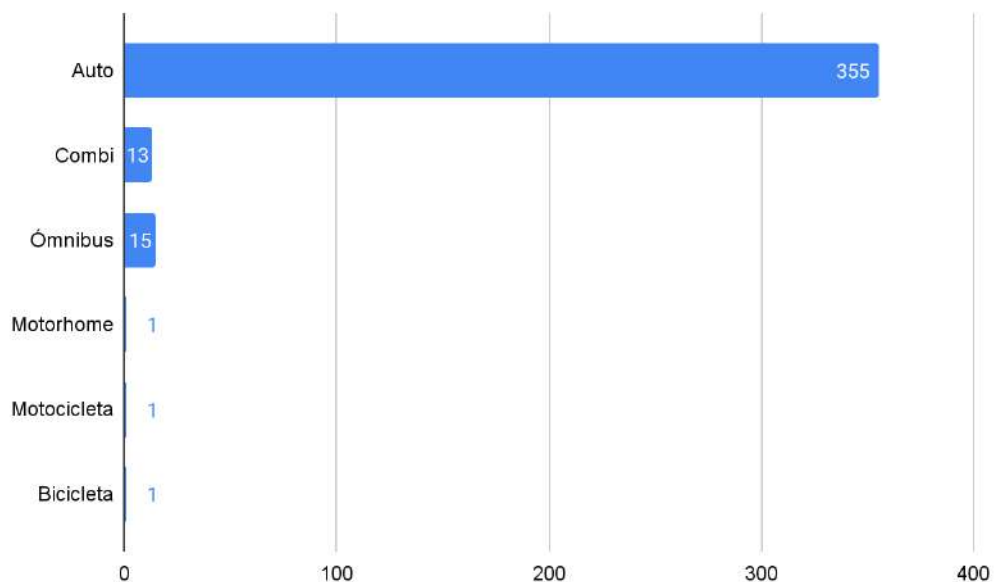


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que 58,5% de las personas encuestadas es la primera vez que visitan Villa La Arcadia, mientras que el 41,5% ya había estado antes en el lugar.

En cuanto al lugar de residencia la mayoría de los/as encuestados/as pertenecen al área metropolitana de Buenos Aires (53,9%), en segundo lugar también está dentro de la Provincia de Buenos Aires en un radio mayor a 150 km de Villa La Arcadia (20,5%).

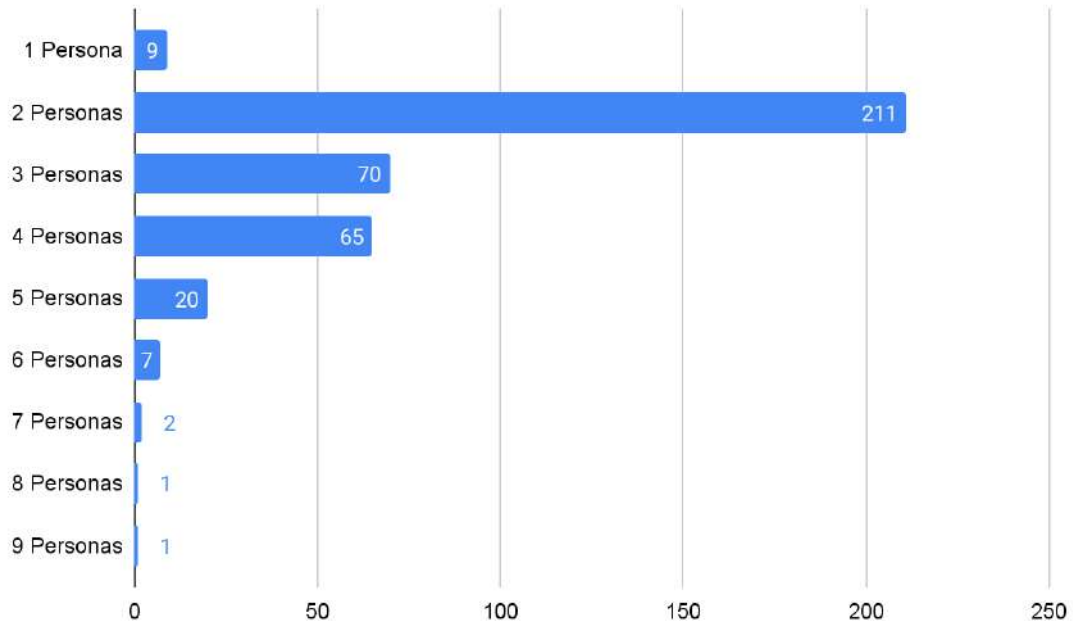
Gráfico N° 49. ¿En qué medio de transporte viniste/vinieron?



Fuente: Elaboración propia

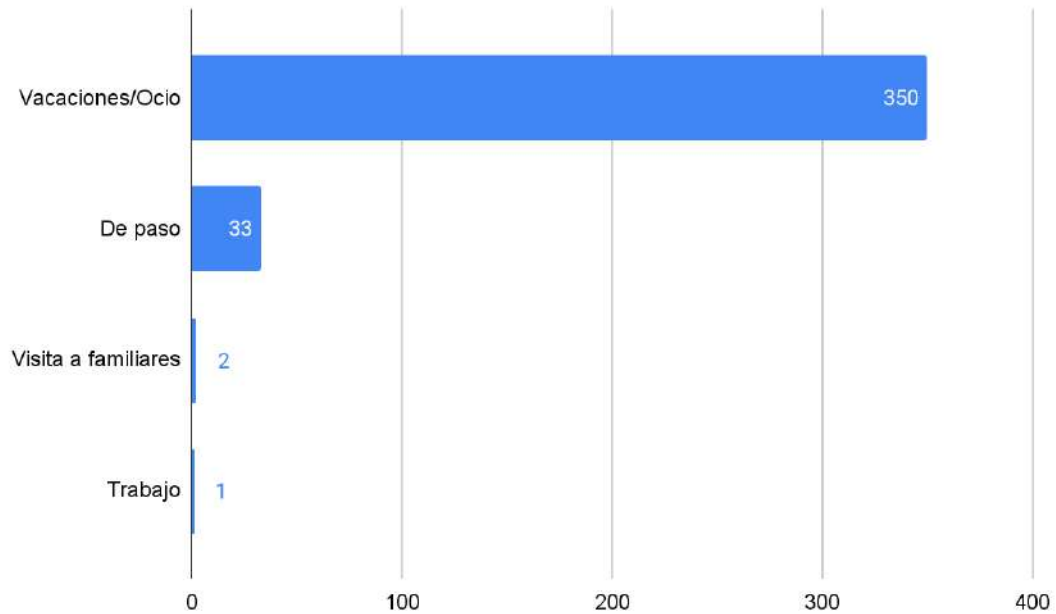
El medio de transporte más utilizado para arribar a Villa La Arcadia por las personas encuestadas es el auto, en segundo lugar el ómnibus.

Gráfico N° 50. ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 51. ¿Cuál es el motivo de su visita a Villa La Arcadia?

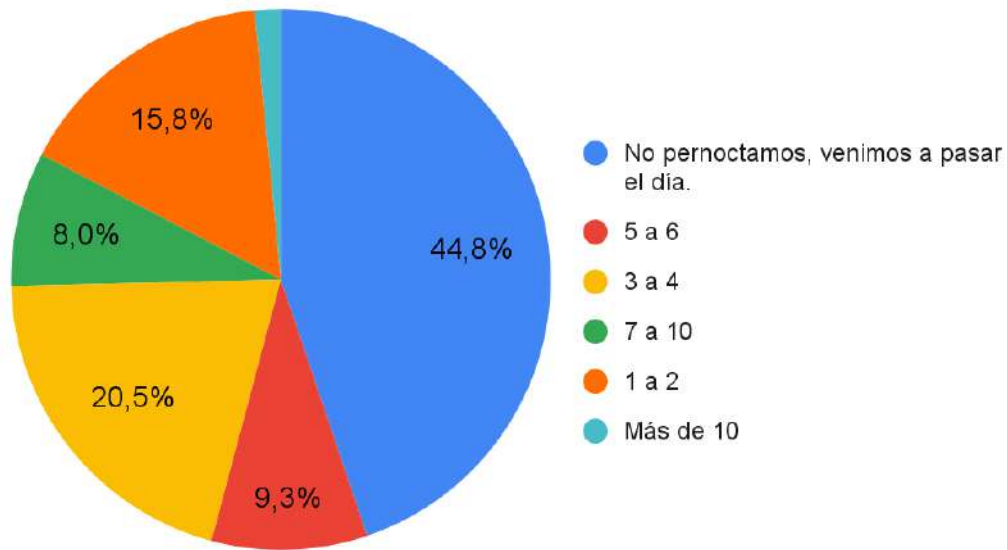


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la cantidad de personas que conforman el grupo de viaje, se observa que más de 200 de las personas encuestadas viajan de a dos personas, en segundo y tercer lugar grupos de 3 personas y 4 personas.

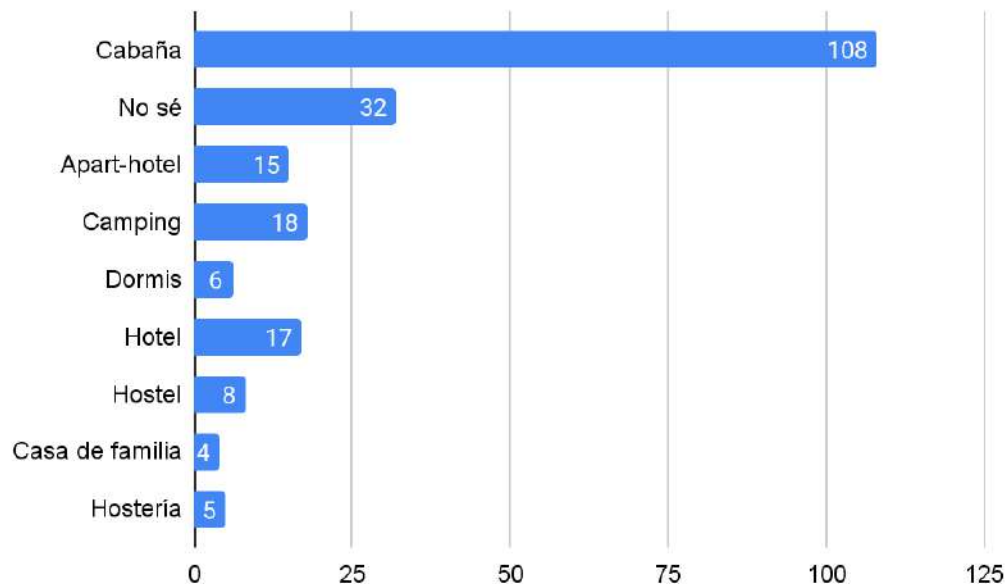
Dichos grupos ante la pregunta del motivo de su viaje, en su gran mayoría es por vacaciones u ocio.

Gráfico N° 52. ¿Cuántas noches estarás/estarán en Villa La Arcadia?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 53. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán?



Fuente: Elaboración propia

Ante la consulta por la cantidad de noches el 44,8% de las personas encuestadas indicó que sólo iban a pasar el día, sin pernoctar. El 20,5% pernoctaron entre 3 a 4 noches y el 15,8% entre 1 a 2 noches.

En cuanto al tipo de alojamiento se observa que la mayoría elige las cabañas, seguido por el camping y luego los hoteles.

3.6 RESULTADOS DE REUNIONES

Estas se llevaron a cabo entre los días 08 y 12 de marzo de 2022, en el marco del primer relevamiento territorial realizado por el equipo consultor. En Anexo se incluye listado de participantes.

3.6.1 AUTORIDADES MUNICIPALES

- Se destacó la diversidad de recursos ligados a la cultura, la historia, la producción, la naturaleza y el deporte que son parte de la identidad del distrito y ofrecen la oportunidad de dar respuesta a las diversas motivaciones de los turistas actuales y potenciales.
- Se debatió sobre la reciente Strudel Fest así como también sobre la Fullsen Fest, Die Volga Fest, la Fiesta del Cantor Orillero, la apertura peatonal con música en vivo, el Festival de Cortos, los Torneos de Polo, entre otros eventos destacados. El fortalecimiento del calendario de festividades y actividades ligadas a las colectividades, la gastronomía, las personalidades emblemáticas y el deporte permite estimular la llegada de turistas durante todo el año, disminuyendo los efectos de la estacionalidad. El trabajo que se viene desarrollando con las instituciones en cada una de las localidades del distrito es clave.
- Un punto a trabajar es la organización de días y horarios de apertura de servicios al turista, así como la complementariedad entre los mismos para crear nuevas experiencias y circuitos dentro del distrito así como en el plano regional. Se conversó sobre el desarrollo de agencias de viaje de turismo local que podrían consolidar y ser embajadoras de estas propuestas.
- Se intercambió sobre la creciente oferta de establecimientos productivos y talleres de artesanos que encuentran en el turismo una vidriera y una posibilidad de ingreso complementario, y la posibilidad de fortalecer a través de esta actividad el entramado socio productivo local.
- Se compartieron avances sobre obras públicas en ejecución y proyectadas.
- Resulta de alta importancia orientar las inversiones públicas y privadas para el desarrollo sustentable de la actividad turística (en todas sus dimensiones: social, ambiental y económica).
- Se destacó la proyección del distrito como polo educativo, el crecimiento de la población joven y el retorno de antiguos pobladores (como efecto post pandemia) por encontrar en Coronel Suárez atributos vinculados a la calidad de vida en contraposición a las grandes urbes.

3.6.2 ACTORES LOCALES VINCULADOS AL TURISMO - HUANGUELÉN

- Comparten una visión común: Huanguelén es un destino autóctono, tradicionalista. Se destaca por su gente, la paz y la tranquilidad.
- Experiencia de asociativismo: Amigos del Parque / Huanguelén canta. Nació en noviembre de 2015. El parque era un pastizal donde se dividía el pueblo de un lado y del otro de la vía. Se reunieron firmas y se conformó un espacio “Amuyen Comunidad” que significa en mapuche “ponerse en marcha todos juntos”. Cada institución puso un árbol (templos de diferentes religiones, las 4 municipalidades, etc) son 85 en total. En Navidad se realiza “Huanguelén Canta”, con artistas locales y grupos de baile y un árbol de navidad gigante entre todos con botellas recicladas.
- Asociativismo y turismo: La Tapera de Nono y Maimará están diseñando experiencias que combinan actividades rurales y gastronomía. Proyecto: Generar una Fiesta Gastronómica Local.
- El huanguelense no conoce su lugar. Consideran importante la apertura de una oficina de turismo así como la preservación de lugares históricos como Pa Usted.
- Se mencionaron la existencia de espacios abiertos no utilizados, acciones participativas, la radio como elemento de cohesión comunitaria y el circuito en torno a Larralde.

3.6.3 DELEGACIÓN COLONIA SAN JOSÉ

- Comparten que “no hay semillero para continuar las tradiciones”.
- Consideran interesante promover un grupo de danza que integre a las tres colonias.
- Coro “Las voces del corazón” es representativo y conformado por adultos mayores, por lo que consideran interesante generar una mayor participación de jóvenes. Asimismo, no hay dirigentes jóvenes en las asociaciones.
- El dialecto sólo se transmite oralmente de generación en generación. Si bien se incorporó la enseñanza de Alemán tradicional en las escuelas, consideran importante preservar el dialecto. Se mencionó a Nestor Beier como docente del dialecto de los alemanes del Volga quien reside en San José.
- Complementariedad. Resultaría positivo el trabajo conjunto entre las comisiones organizadoras de las fiestas de las colonias, intercambiando experiencias y complementandose.
- Generar propuesta unificada para la visita de los tres pueblos podría generar más oportunidades para todos.

- Se identificó la oportunidad de generar productos / paquetes turísticos con una empresa de turismo regional radicada en Bahía Blanca.
- Se mencionó un proyecto que no se llevó a cabo por la pandemia, que consistía en una fiesta alemana entre las tres colonias, en la ciudad cabecera.
- Consideran importante contar con una oficina de información turística.



3.7 RESULTADOS DE ENTREVISTAS A ACTORES CLAVE

3.7.1 ASOCIACIÓN CIVIL BIBLIOTECA POPULAR SARMIENTO

- Historia de la masonería. La escalera de acceso al túnel y a la sala de iniciación subterránea de los antiguos masones se encuentra en obra.
- Se proyecta la programación de una agenda de charlas a cargo de Norma Morán, bibliotecaria. La biblioteca no abre los fines de semana pero sería factible en fechas y horarios programados.
- Se plantea la posibilidad de realizar un espectáculo de luz y sonido, o bien un soporte audiovisual que pueda exhibirse previo a la guiada y la visita a los túneles. Surge la idea de contar con un sistema de códigos QR para ilustrar el recorrido en aquellos momentos donde no hay visita guiada.
- Se observa la oportunidad de realizar una visita guiada teatralizada en fechas específicas con el grupo de teatro "Entre bambalinas".
- Cuenta con un jardín que puede utilizarse para actividades culturales.
- La excelente acústica y el escenario ofrecen el marco para la realización de encuentros musicales 2/3 veces al año.
- Noviembre. Concurso Brandenburg pintura regional. Se realiza en la sala de exposiciones anexa con la participación de jueces distinguidos. Brandenburg fue un artista suizo impresionista con una vasta obra de paisajes de la sierra. Muchos de esos cuadros retratan el poblado primitivo de Coronel Suárez antes del trazado urbano.

3.7.2 ASOCIACIÓN ISRAELITA

- En el escenario se realizaron previo a la pandemia distintas obras de teatro de la AMIA (Asociación Mutual Israelita Argentina). El salón cuenta con una capacidad de 250 personas.
- La asociación fundada en 1906 nucleó a las familias de inmigrantes judíos llegadas a Coronel Suárez desde Rusia. Actualmente son 15 integrantes (muchos de los jóvenes emigraron).

3.7.3 ASOCIACIÓN ITALIANA

PROYECTOS VINCULADOS A TURISMO:

- Gran participación en Coronel Suárez de italianos en la construcción de varios de los sitios históricos en el casco urbano.
- Eventos: Junio. Risotto en conmemoración del aniversario de la República Italiana. Semana de la Cultura Italiana (conferencias, muestras).

- Participan en la Fiesta de las Colectividades organizada por el Municipio.
- Cine-teatro: Sala declarada Sitio Histórico Municipal. Cine concesionado con capacidad de 700 plazas. Actividad comercial desde 2020. Pocas ciudades de alrededor tienen cine activo. Festival de Cine Municipal reciente. Convenio con el INCAA 1 día a la semana cine nacional gratuito discontinuado por la pandemia. Posibilidad de concesionar el teatro.
- Compañías nacionales. Entre Bambalinas presentación a beneficio de una institución local una vez al año.
- Fue sede de un Festival Nacional de Teatro hace 10 años con participación de una compañía italiana de teatro.
- Todos los 5 de agosto, previo al Día de Coronel Suárez, se desarrolla un espectáculo de noche de gala de muy buen nivel.
- Vinculación regional con Bahía Blanca donde hay diferentes asociaciones por cada región de Italia.

3.7.4 ASOCIACIÓN ESPAÑOLA

PROYECTOS VINCULADOS A TURISMO:

- El teatro Cervantes se encuentra en notable estado de deterioro. Un miembro de la comisión ha presentado un proyecto para la puesta en valor de la sala como Café Concert.
- No participan en la Fiesta de las Colectividades organizada por el Municipio.

3.7.5 ISIDORO ESPACIO DE ARTE

- Espacio autogestivo que nuclea a artistas de Coronel Suárez y toda la región. Sonia es gestora cultural y como tal ha organizado múltiples iniciativas, entre las que se destacan el 1º Campamento Artístico Editorial Curatorial en diciembre 2021, el Circuito de Arte donde se realizó la apertura y visita de talleres de artistas en noviembre 2020 o el ciclo Verano de miércoles con espectáculos artísticos de música y baile organizado en el verano de 2022.
- Un proyecto que recuerda con gran satisfacción es el 1º Encuentro de Arte y Naturaleza de la Provincia de Buenos Aires (2015) con sede en el Balneario Municipal donde 13 artistas de distintos puntos del país crearon obras de arte efímero con elementos naturales.
- Articula con otras asociaciones como el Museo de la Plata con quien realizará próximamente una muestra regional.

- Ha participado en concursos y proyectos con aportes provinciales y nacionales. Recientemente ella recibió una beca para hacer el relevamiento patrimonial de Suarez. Según indica no hay actualmente un registro de fotografía patrimonial.
- Tienen vinculación con las escuelas locales, con frecuencia cuando reciben un artista del interior ofrecen una charla-taller para los alumnos.
- Cuenta con dos espacios vidriera cedidos para la exposición de obras a la venta en el centro, en calle Brandsen junto al Gran Hotel.
- “Trabajamos mucho con las realidades”: la formación de artistas, el arte social -apoyando al Comedor Espíritu Santo en Colonia 1-, la generación de muestras de arte en las salas de espera del Hospital y en el espacio público del Ferroexpreso Pampeano son sólo algunos de los proyectos que han encarado.
- Proyecto: concretar el Museo de Arte Contemporáneo. Podría desarrollarse en la sede actual de Isidoro, propiedad de la Sociedad de Beneficencia, pero es preciso la puesta en valor del edificio y mantenimiento para lo cual se requiere de financiamiento externo.

3.7.6 DIRECCIÓN DE CULTURA DE CORONEL SUÁREZ

PROYECTOS VINCULADOS A TURISMO:

- El Mercado de las Artes es el antiguo mercado de abasto. Tiene 95 años.
- Se realizará una inversión de 20 millones de pesos con aportes de la Dirección de Museos y Patrimonio de la Nación. Se iniciará una primera etapa de recuperación, preservando su esencia que consta de recambio de pisos, arreglo de cubiertas y mampostería. La segunda etapa de recuperación comprenderá la intervención de la fachada y exteriores.
- Es sede de la Fiesta de las Colectividades. El escenario externo fue utilizado en la post pandemia para encuentros de Arte y Juventud.
- Otros espacios culturales municipales son el Centro Cultural de la Colonia Santa María, en la Colonia San José hay un espacio cedido donde funcionan talleres culturales y una biblioteca, en la Colonia Santa Trinidad hay un espacio llamado Envión y en Huanguelén en la oficina de cultura se realizan actividades.
- Se trabaja en conjunto con las juntas vecinales organizando acciones como por ejemplo: la Noche de Carnaval donde facilitaron las instalaciones. Son acciones que redundan en beneficios para todos.

3.7.7 CORONEL SUÁREZ POLO CLUB

- Fue inaugurado en 1929. Tiene 750 socios. Ofrece las siguientes actividades deportivas: tenis, polo, golf, squash.
- Polo: Se juegan dos torneos de relevancia internacional y nacional: Juan Carlos Harriot, el segundo fin de semana de febrero con invitados internacionales y Belgrano, el último fin de semana de febrero que forma parte del calendario de la Asociación Argentina de Polo. Estos torneos se realizan de jueves a domingos. También hay torneos locales. No hay escuela de polo. Es sede del Torneo Pia Pando, un torneo de polo femenino que se inició hace 5 años.
- Golf: Cuenta con una de las mejores canchas de golf de 18 hoyos. El primer torneo se realiza en el mes de enero y abre el ranking de la Asociación Argentina de Golf. Asisten más de 230 personas de distintas partes del país. Se realiza los viernes, sábado y domingo. Este sector pertenece a la Asociación Regional del Sur. Durante el año hay varios torneos de golf de 2 días de menor categoría.
- Turismo y Polo: Con baja frecuencia reciben grupos de agencias de viajes y de guías locales. Durante las visitas se cuenta la historia del club y se realiza un recorrido por las instalaciones. Cuenta con servicio de gastronomía abierto al público. No cuenta con alojamiento, en los torneos la mayoría se hospeda en la ciudad en casas o departamentos, por la calidad de servicio.

3.7.8 AERÓDROMO “BRIGADIER HÉCTOR RUIZ”

- Data de 1978 y cuenta con 239 hectáreas, donde se puede encontrar una gran plantación de trigo la cual se arrienda.
- Hace unos años atrás funcionaba una línea aérea de aviones pequeños de 35 pax. Es considerada la mejor pista de la provincia, con 1350 metros de hormigón y la posibilidad de despegues y aterrizajes nocturnos.
- Se reciben aviones privados exclusivamente para actividades de caza o al polo.
- Funciona una escuela de vuelo todos los días.
- Se realizan vuelos de bautismo de 15 minutos y salidas de 45 minutos para sobrevolar las sierras. El aeroclub cuenta con 3 aeronaves.
- Festival aéreo: En septiembre se prevé la realización de un evento auspiciado por la Municipalidad. Tendrá 2 días de duración. Como antecedente hace 15 años atrás se realizó un festival en donde participaron más de 10.000 personas. Entre las actividades que realizarán tendrán: 2 globos aerostáticos,

un avión para paracaidismo, acrobacias aéreas, vuelos de bautismo. Se ofrecerá gastronomía con foodtrucks, asado, entre otros.

- También se realizan encuentros con otros aeroclubes, donde se realizan asados y participan entre 25 a 30 aviones. Entre los clubes que participan están el de Tornquist y Pringles.

3.7.9 ESTANCIA “EL PANTANOSO” - LAVANDAS DE LAS SIERRAS

- El predio cuenta con 7.000 hectáreas, con sierras, montes, valles y el arroyo pantanoso.
- Administran el lugar desde los años 30. Su actividad principal fue agrícola/ganadera, en 1989 comenzaron a cosechar lavandas (certificadas en 1992 por su producción orgánica) y aromáticas (orégano, tomillo, romero).
- Lavandas: Cuentan con el cultivo de lavanda más grande de Argentina, con certificación orgánica. Única en el país por ser la que se utiliza para la perfumería fina. Proyecto: realizar la “Fiesta de la Lavanda”.
- Visitas: Reciben habitualmente grupos que realizan trekking por las sierras y en diciembre (época de cosecha) caminatas por los cultivos donde se juntan los ramos y se ofrece almuerzo. Actualmente no cuentan con sendero armado. Se mencionó que al final del campo hay un potrero de 700 hectáreas -donde están las sierras altas- con un camino de lajas llamado “camino del inca” o “camino de piedra” que une la estancia “El Pantanoso” con el campo “Peñaflor” de Pringles. Proyecto: permitir bicicleteadas en el lugar. Las reservas se realizan con una semana de anticipación como mínimo.
- Alojamiento: A partir del 2020 comenzaron a acondicionar dos casas del predio para alquiler turístico (mínimo dos noches). La capacidad de cada casa es de 4 a 5 personas. Cuentan con un laboratorio fitoterápico (hoy sin funcionamiento) donde proveen alojamiento para grupos más grandes.
- Antigua matera: Con capacidad para 30/40 personas, antiguamente funcionaba allí una escuela rural en este espacio se ofrece el almuerzo para quienes hacen la recorrida, también hay productos a la venta (ramos de lavandas, almohadillas, etc). Proyecto: en las paredes contar la historia del lugar.
- Entre otros proyectos se mencionó: ofrecer días de campo con almuerzo para grupos de entre 30 personas ya que la actividad se puede complementar con otras de la zona (recorridas por las sierras, golf, tambos, etc); a futuro se pretende destilar aceites esenciales de lavanda y romero.

3.7.10 DELEGACIÓN HUANGUELÉN

- El pueblo tiene unos 100 años. El nombre de Huanguelén significa “Lucero del Alba”/ “patio de avestruces” en guaraní y mapuche.
- Como personalidad destacada Larralde es el emblema del pueblo. Tal es así que desarrollaron un Circuito Larraldeño, con cartelería referencial.
- El restaurante El Oasis pertenece al “Turco” José Dip, quien es reconocido a nivel internacional. Es quién presentó a José Larralde con Cafrune.
- Paseo de las esculturas: Surgió como iniciativa del Jardín 907. Cada mes de septiembre desde 2010, los niños descubren dos esculturas realizadas por artesanos locales utilizando chatarra reciclada. Representan animales autóctonos, actividades de campo, Pepe Larralde y personajes de películas infantiles.
- Aniversario: El 27 de septiembre es el aniversario de Huanguelén. Se realiza un almuerzo popular, desfile y hay noche de gala en el teatro. También hay un ballet municipal de adultos.
- Aceitera: Es un edificio que hoy por hoy está abandonado pero supo tener a más de 100 trabajadores. En Parrilla Pa’ Usted hay cuadros con publicidad de la aceitera, lo que marca la importancia que tuvo para el pueblo
- Estación de Huanguelén: La estación fue totalmente recuperada. Todo el espacio pertenece a la Municipalidad. Es un lugar de encuentro y la gente lo utiliza como lugar de esparcimiento. Aquí se realizó la “Fiesta del cantor orillero”, en conmemoración del cumpleaños de Pepe Larralde.
- Museo Baldomero Fernández Moreno: Este museo fue alguna vez su casa y consultorio; actualmente es utilizado por Acción Social y Deportes. A menudo ingresan piezas nuevas, la mayoría donadas o en comodato. Se proyecta contar con un horario de visita y guía para recorrer el lugar.

3.7.11 CLUB PIÑEYRO

- Con 73 años, el edificio se encuentra en un muy buen estado de conservación, aunque se prevén nuevos trabajos de remodelación, tales como mejorar el ingreso al club, colocando nueva cartelería y una galería. El salón tiene capacidad para 350/400 personas y cuenta con un escenario que se alquila para eventos.
- Es un club rural, donde se realizan cenas y partidos de fútbol. Actualmente sumaron cabalgatas, se organizó una bicicleteada en conjunto con el área de turismo, se presentó el libro de Leandro Vesco quien cuenta la historia del club,

como también charlas para productores locales junto con el INTA (son parte del grupo Cortaderas de Cambio Rural).

- Cabalgata anual: Se realiza en octubre y participan entre 70 a 100 personas aproximadamente desde hace más de 10 años, culminando la actividad con un almuerzo o cena en club.
- No manifiestan interés en que participe más gente de la habitual por cuestiones sanitarias (de los caballos), sin embargo les gustaría organizar con reserva previa o bien para fechas específicas (que coincidan con eventos de la zona) cabalgatas con grupos de entre 6/7 personas y almuerzo.
- Cenas: En septiembre se realiza la cena anual del club con show. Proyecto: Realizar una peña 1 o 2 veces al mes.
- Muestra fotográfica: El salón cuenta con una pared con fotografías, trofeos y camisetas. La idea es poder incorporar más sobre la historia del lugar.
- Entre otros proyectos se mencionó: organizar la Fiesta de la Tradición, crear un circuito con los clubes rurales de zona que hoy no están en funcionamiento (Club del Abra del Hinojo, Club de Cura Malal, Club D'Orbigny, etc.) realizando 3 o 4 actividades al año. También poder recuperar la estación de tren (hoy usurpada) para restaurarla y armar una oficina para la policía del lugar.
- El objetivo del club es darle lugar a los más jóvenes para que no se pierda la esencia del lugar, de lo rural. Generar arraigo, conservando las tradiciones.

3.7.12 ALMACÉN/PULPERÍA QUIÑIHUAL

- Tiene un almacén y pulpería, espacio de encuentro para los trabajadores del campo, que abre a las 18hs de lunes a viernes. Eventualmente, con reserva previa abre el fin de semana.
- Mario Markic, con su programa En el Camino, y Leandro Vesco, autor de Desconocida Buenos Aires, le han dado gran visibilidad a este lugar.
- De acuerdo al relato de Pedro hacia principios del SXX el pueblo de Quiñihual tenía escuela, estación de servicio, delegación policial, ferrocarril y galpones Ferroviarios. Había herrería y rancherío.
- Hasta fines de la década del 70 había lanar y eso demandaba mucha mano de obra, pero en busca de mayor rentabilidad viraron a la cría de vacunos. La mayor tecnificación y el hecho de que sólo se empleaban trabajadores sin hijos condujo al despoblamiento, lo que se agudizó en la década del 90 cuando dejó de funcionar el tren Ramal Rosario - Puerto Belgrano. Hoy Pedro es “el último habitante de Quiñihual”.

- Algunos fines de semana reciben grupos que llegan en bicicleta. Recientemente se organizó una actividad de cicloturismo con la Dirección de Turismo Municipal que se consideró muy positiva.
- En invierno produce salames, chorizo casero, morcilla, jamón. Hace unos años la Universidad de Buenos Aires realizaba encuentros de escritores pero fueron discontinuados.

3.7.13 JARDÍN DE INFANTES DE D'ORBIGNY

- El jardín va a cumplir 25 años y Karina trabaja allí desde sus inicios. El edificio del jardín está integrado a la primaria.
- Participaron del proyecto "Alta en el cielo" para la confección de la bandera más larga del país con más de 20.000 metros de largo (1999-2012). Atesoran un tramo de esta bandera de 50mts en la escuela.
- Los 20 de junio hacen alguna intervención artística en conjunto con la primaria en el pueblo.
- El pueblo tiene 12 habitantes. Se destacan como puntos para visitar en el pueblo el club deportivo, la Ermita de María y la escultura de Facundo Huidobro "El Bolsero" hecha con todas las chatarras del lugar.

3.7.14 CHOCOLATERÍA BAUM - WEINMANNHAUS

- El correo y el primer teléfono del pueblo funcionaron en esta propiedad histórica.
- Hace 12 años abrió un hotel con seis habitaciones dobles. Tuvo un restaurante durante muchos años, hoy funciona allí la fábrica de chocolate Baum. Cuenta con un local de venta en Coronel Suárez y otro de próxima apertura en Tres Arroyos y produce entre 400- 500 kg al mes.
- Fue uno de los impulsores del Strudel Fest. Integra el grupo Cortaderas de Cambio Rural y la Cámara de Comercio de Coronel Suárez.

3.7.15 LA CASA DEL FUNDADOR

- Su emprendimiento familiar se emplaza en lo que otrora fue la casa de José Schneider, uno de los 24 fundadores de la colonia. Tiene el propósito de rescatar, preservar y difundir el patrimonio cultural de los alemanes del Volga.
- La casa-museo invita a conocer la historia y tradiciones de la vida diaria en los primeros años de la colonia. Además cuenta con un amplio parque y salón, con capacidad para 70 personas, donde se ofrece gastronomía típica (salchichas, füllsen y otros platos típicos) con cerveza y Kwas. Reciben al visitante con

vestimentas y cantos típicos. Funciona con reserva previa. También tienen en el parque juegos típicos.

- Se mencionó que las comunidades de alemanes del Volga del país están conectadas entre sí. La diferencia principal entre las que se ubican en Entre Ríos y aquí es su culto, siendo luteranos y católicos respectivamente. También se encuentran vinculados con colonias de alemanes del Volga en Brasil.
- Se proyecta la incorporación de un Gift Shop con artesanías de las colonias y la construcción de un nuevo salón con capacidad para 120 personas, que se encuentra en ejecución.

3.7.16 MUSEO DEL CENTRO CULTURAL “HÉCTOR MAIER SCHWERDT”

- La asociación cuenta con 8 miembros. Se trata de una Entidad de bien público con reconocimiento municipal.
- Pedro Schaw donó la colección de la Palmera actualmente exhibida en distintas salas temáticas. También tienen museo a cielo abierto con maquinarias agrícolas.
- Entre los proyectos de interés, donde requieren asistencia técnica y financiera, destaca la Curaduría de las salas del museo y la conformación del Archivo Histórico para lo cual indica “Tenemos que hacer un trabajo de sensibilización en la comunidad para enriquecerlo”.
- Realizan durante el año recorridos histórico-arquitectónicos a cargo de los guías de la asociación.
- Son organizadores de la Strudel Fest. En la Strudel Fest original había strudel de levadura con otros sabores (dulces y salados) que elaboran usualmente en sus hogares.
- Realizan visitas guiadas teatralizadas en la Strudel Fest, en el aniversario y en la fiesta Kerb. Trasladan a la gente en un carro ornamentado. Incluyen música y juegan al Kosser y al Fahrtraitie. Ofrecen gastronomía típica de la colonia. La contribución es a voluntad. Dura aproximadamente 1h y participan 25 personas.
- Hay un ballet de danzas alemanas en la colonia con dos años de funcionamiento.
- En relación a las otras colonias, destaca la labor de Fundación Raíces en la Colonia 2 en relación a la recuperación histórica y manifiesta con preocupación que el crecimiento poblacional de la Colonia 1 hace que poco a poco se vaya perdiendo la identidad.

3.7.17 IGLESIA DE SAN JOSÉ OBRERO

PROYECTOS VINCULADOS A TURISMO:

- Realizan visitas guiadas a la Iglesia de San José Obrero. "Cuando alguien llega a la colonia, quiere visitar la iglesia", indica Sofía. No cobran tarifa o bono colaboración por este servicio en la actualidad.
- Más allá de compartir características históricas-arquitectónicas en la visita comparten anécdotas y vivencias ligadas con el pueblo y la iglesia. Resulta un atractivo interesante que el Coro de la Iglesia canta en fechas especiales en alemán antiguo.
- En octubre hicieron un taller gastronómico, cocinando comida típica, invitaron a vecinos a compartir sus saberes. "Buscamos transmitir el conocimiento de boca en boca, ese saber tradicional de la colonia".
- En Navidad realizaron un árbol comunitario. "La idea es que además de encender el árbol, la gente se lleve un poco de información sobre las navidades que se celebraban antiguamente y que también puedan compartir con sus familias esos recuerdos, esos momentos que vivieron".
- Próximamente realizarán la Semana Cultural con charla taller sobre el idioma / dialecto en el marco del aniversario.
- La Fundación tiene su sede junto a la plaza Sergio Denis y conserva la placa que se encontraba en la casa de los abuelos del cantautor antes de su demolición.

3.7.18 ASOCIACIÓN CULTURAL GERMANO ARGENTINA

PROYECTOS VINCULADOS A TURISMO:

- Nuclea a alemanes de las tres colonias y de la ciudad cabecera, Coronel Suárez también. Forma parte de la Federación de Alemanes del Volga.
- Proyecto: Museo histórico dinámico de Agricultura. Han realizado el rescate histórico de maquinaria agrícola y objetos del pueblo. Juan Hippener donó al futuro museo un tractor de ruedas de hierro de 1920, "Titán" que se presenta en cada Kerb y en cada acontecimiento de los Pueblos Alemanes. Tractores y cosechadoras antiguas serán restaurados para mostrar a los visitantes cómo se realiza el arado, la siembra y la cosecha con esas viejas herramientas. Tomaron como modelo la Fiesta de la Maquinaria Agrícola Antigua de Bragado. Cuentan con un galpón de exposiciones de 32x7 y 2.5 hectáreas para realizar demostraciones de arado. En campos vecinos les ofrecieron espacio para esas demostraciones

- Fiesta de la Carneada: 9 de julio. Asisten aproximadamente 650 personas. Cena con espectáculo que incluye variedad de morcillas, chacinados, carnes vacunas y de cerdo al horno (elaborado localmente).

3.7.19 DELEGACIÓN COLONIA SANTA TRINIDAD

- Era la colonia más chica y es la que más creció (estiman 4000 habitantes aprox.) producto del loteo para viviendas.
- Actualmente hay rotiserías. No hay oferta gastronómica y hotelera. Hay elaboración de cerveza artesanal “Volga”.
- No hay en la actualidad ordenanza de protección patrimonial a las casas antiguas (fachadas y estructuras típicas de los alemanes del Volga). Se observa la posibilidad de “reciclar” casonas antiguas con fines turísticos.
- Generalmente la gente se desprende de las cosas, pero hay familias que tienen artículos antiguos que se podrían donar para exponerse en algún lugar.
- El cementerio se encuentra dentro del pueblo. Las familias fundadoras tienen sus nichos en el centro. Los domingos las familias se reunían a lustrar las tumbas. Se encontraron huesos en bolsas de arpillera, de los primeros entierros sin cajón.

3.7.20 DIE VOLGA FEST

- El 9 y 10 de abril de 2022 será la segunda edición.
- Se proyecta montar un gran patio cervecero con la participación de artesanos locales y regionales. Cuenta con un anfiteatro con escenario grande y tribunas (no hay en las otras colonias), patio de comidas (de diferentes comidas alemanas), foodtrucks y patio de juegos. Tocarán unas 7 bandas.
- La Volga Fest cuenta con el auspicio de varios pequeños comercios (por el momento no son del rubro alojamiento /gastronomía) y cuenta con Declaración de Interés Municipal. A través de la Dirección de Turismo solicitaron apoyo a Fiestas Populares de la Provincia de Buenos Aires. El municipio realizó aportes también.
- Las instituciones que participan son la escuela, el jardín, el club, el centro de jubilados y el Rotary Club.
- No existe una “comisión de fiestas alemanas”, comparten proveedores pero no mucho más. Se observa aquí una oportunidad de mejora.
- Expectativas / propuestas: apuntan a las tradiciones y a que más gente se acerque. Debería sumarse cartelera de “colonias alemanas” camino a Sierra de la Ventana y establecerse un cronograma con servicio de combi que salga de Coronel Suárez con guía que pase por cada colonia con actividades.

3.7.21 TALLER DE CERÁMICA “VER, CRECER Y SER”

- Lleva adelante talleres para niños de arte infantil y para adultos de alfarería y cerámica, también intensivos para que los visitantes puedan vivir la experiencia de manipular el barro, con la posibilidad de enviar a domicilio el trabajo finalizado.
- Cuenta con objetos/recuerdos de cerámica en exposición para la venta al público.
- Mantiene vínculo con hoteleros y gastronómicos de la zona que compran sus productos para utilizarlos dentro de sus prestaciones.

TAREA 4. ANÁLISIS PROSPECTIVO AMPLIADO Y DIAGNÓSTICO

4.1 VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Una cuestión a considerar en relación a los atractivos, es su ponderación en cuanto a capacidad de atracción al visitante, y que en el conjunto hacen a la diferenciación y posicionamiento del destino. En este sentido, se priorizaron los atractivos turísticos del Municipio de Coronel Suárez, a partir del análisis de cada uno en base a cinco criterios: unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta.

- **UNICIDAD:** valor que tiene un recurso por el hecho de ser único en su ciudad, en la región, en el país, en el continente o en el mundo. *(Valoración: A nivel local | A nivel regional | A nivel provincial | A nivel nacional | A nivel internacional)*
- **VALOR INTRÍNSECO:** valor que se le otorga al recurso dentro de su propia categoría. Existen en el mundo recursos similares que tienen características que les hacen destacar en un análisis comparativo. *(Valoración: A nivel local | A nivel regional | A nivel provincial | A nivel nacional | A nivel internacional)*
- **CARÁCTER LOCAL:** valor que se le puede otorgar a un recurso por ser típico o característico del lugar. *(Valoración: Alto | Medio | Bajo)*
- **NOTORIEDAD:** grado de conocimiento del producto turístico. *(Valoración: A nivel local | A nivel regional | A nivel provincial | A nivel nacional | A nivel internacional)*
- **CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA:** concentración de productos existente para realizar otras actividades turísticas dentro de la misma área. *(Valoración: Alta | Media | Baja)*

Tabla N° 28: Matriz de valoración de los atractivos

ATRATIVO	UBICACIÓN	UNICIDAD	VALOR INTRÍNSECO	CARÁCTER LOCAL	CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	PUNTAJE
Strudel Fest	Santa María	3	3	3	3	12
Füllsen Fest	San José	2	2	3	3	10
La Casa Del Fundador	Santa María	2	2	3	2	9

Escultura "Sergio Denis"	San José	2	2	3	1	8
Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez	2	2	2	1	7
Cerro Ceferino	Villa La Arcadia	1	1	3	2	7
Cine y teatro de la Asociación Italiana	Coronel Suárez	2	2	2	1	7
Fiestas Patronales (Kerb)	San José	1	1	3	2	7
Fiestas Patronales (Kerb)	Santa María	1	1	3	2	7
Isidoro Espacio de Arte	Coronel Suárez	2	2	2	1	7
La Hoya	Villa La Arcadia	1	1	3	2	7
Mástil Patrio	Coronel Suárez	2	2	2	1	7
Mercado de Las Artes Jorge Luis Borges	Coronel Suárez	2	2	2	1	7
Weinmann Haus / Baum Chocolates	Santa María	2	2	2	1	7
Almacén de Campo de Pedro Meier	D'Orbigny / Quiñihual	1	1	3	1	6
Balneario El Dique	Villa La Arcadia	1	1	3	1	6

Capilla Nuestra Señora de Lourdes	Villa La Arcadia	1	2	2	1	6
Casa Larralde	Huanguelen	1	1	3	1	6
Cementerio Colonia 1	Santa Trinidad	1	1	3	1	6
Centro Cultural Municipal	Huanguelen	1	1	3	1	6
Club Piñeyro	Piñeyro	1	2	2	1	6
Coronel Suárez Polo Club	Coronel Suárez	1	2	2	1	6
Estación de Trenes	Huanguelen	1	1	3	1	6
Estancia - Lavandas de las sierras	Coronel Suárez	1	2	2	1	6
Futura plaza sustentable	Villa La Arcadia	1	2	2	1	6
Hotel Boutique La Casa	Coronel Suárez	1	1	2	2	6
Iglesia San José Obrero	San José	1	1	3	1	6
L.O.H. Aceitera	Huanguelen	1	1	3	1	6
Museo Baldomero Fernández	Huanguelen	1	1	3	1	6
Parque Recreativo	Huanguelen	1	1	3	1	6
Parrilla Pa Usted	Huanguelen	1	1	3	1	6

Parroquia Natividad De María Santísima	Santa María	1	1	3	1	6
Plaza - Feria de Semana Santa/Via Crucis	Villa La Arcadia	1	1	3	1	6
Puente Negro	Villa La Arcadia	1	1	3	1	6
Puesto de Estancia	Huanguelen	1	1	3	1	6
Sede de la Asociación Cultural Germano Argentina	San José	1	1	3	1	6
Sendero Piñeyro	Piñeyro	1	2	2	1	6
Volga Fest - Anfiteatro	Santa Trinidad	1	1	3	1	6
Aero Club Coronel Suárez	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Balneario Municipal "Samuel Davies"	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Capilla D'Orbigny - Ermita de María	D'Orbigny / Quiñihual	1	1	2	1	5
Centro Cultural Héctor Maier Schwerdt	Santa María	1	1	2	1	5

Circuito Cultural	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Circuito Histórico	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Circuito Peralta - Bonete	Villa La Arcadia	1	1	2	1	5
Club Social, Deportivo y Cultural El Progreso	Santa María	1	1	2	1	5
Escultura El Bolsero	D'Orbigny / Quiñihual	1	1	2	1	5
Iglesia Nuestra Señora del Carmen	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Iglesia Santísima Trinidad	Santa Trinidad	1	1	2	1	5
Mural y Plaza María del Rosario de San Nicolás	Cura Malal	1	1	2	1	5
Museo A Cielo Abierto	Santa María	1	1	2	1	5
Paseo de las Esculturas	Huanguelen	1	1	2	1	5
Pulpería La Tranca	Cura Malal	1	1	2	1	5
Salón y Teatro Cervantes de la Asociación Española	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Sendero El Caminante	Cura Malal	1	1	2	1	5

Sinagoga y salón de la Asociación Israelita	Coronel Suárez	1	1	2	1	5
Sociedad Cultural y Deportiva D'Orbigny	D'Orbigny / Quiñihual	1	1	2	1	5
Taller de cerámica "Ver, Creer y Ser"	Villa La Arcadia	1	1	2	1	5

4.2 ELABORACIÓN DE LA MATRIZ DE ACTORES (STAKEHOLDERS)

Tabla N° 29. Matriz de actores

Entidad	Localización	Tipo	Nombre y Apellido
Dirección De Prensa	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Victoria Cortalezzi
Área Gestión Cultural	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Marcelo Castorina
Obras Públicas	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Germán Elsegood
Servicios Públicos	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Alfredo Krunger
Subdirección De Deportes	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Andres Mauri
Subdirección Medio Ambiente	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Magdalena Graff
Secretaria De Gobierno Y Seguridad	Coronel Suárez	Área De Gobierno	Gaston Duarte
Delegación Cura Malal	Cura Malal	Área De Gobierno	Diego Balzi
Delegación Huanguelén	Huanguelén	Área De Gobierno	Ariel Alvarez
Delegacion San José	San José	Área De Gobierno	Daniel Schwind
Delegación Santa María	Santa María	Área De Gobierno	Juan Pablo Eberle
Delegación Santa Trinidad	Santa Trinidad	Área De Gobierno	Guillermo Apelanz

Delegación Villa La Arcadia	Villa La Arcadia	Área De Gobierno	Hector Girou
Cámara De Turismo De La Provincia	Bahía Blanca	Cámara	Silvio Rauschberger
Cámara Comercio E Industria	Coronel Suárez	Cámara	Rosalía Dukart
Cam Cotisas (Cámara De Comercio, Turismo E Industria De Sierra De La Ventana, Villa La Arcadia y Saldungaray)	Villa La Arcadia	Cámara	Micaela Costa
Vecina	Villa La Arcadia	Comunidad	Alejandra Feser
Creus	Coronel Suárez	Entidad Académica	Nancy Schwindt
Universidad Provincial Del Sudoeste	Coronel Suárez	Entidad Académica	Andrea Savoretti
Instituto Terciario 48	Coronel Suárez	Entidad Académica	Marta Cimarosti
Instituto Terciario 160	Coronel Suárez	Entidad Académica	Mariela Kleiner
Biblioteca Sarmiento	Coronel Suárez	Entidad Académica	Juan Sebastian
Dirección De Educación	Coronel Suárez	Entidad Académica	Maximiliano Margiotta
Diario "Nuevo Día"	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Eduardo Minich
Radio/Medio Digital Suárez Al Día	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Ezequiel Villanueva
La Nueva Radio Suárez	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Roberto Garcia
Fm Ciudad	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Pablo Barisone
Poné Play	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Sebastian Trenow
Fm Dale	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Ignacio Negrin
Somos Noticia (Tv Por Cable)	Coronel Suárez	Medio De Prensa	Claudio Fernandez
Canal 2 San José	San José	Medio De Prensa	Pablo Barisone
Sociedad Alemana	Coronel Suárez	Ong / Asociación	Feliz Sadosqui
Sociedad Italiana	Coronel Suárez	Ong / Asociación	Juan Alberto Zilio

Sociedad Israelita	Coronel Suárez	Ong / Asociación	Mario Hinkins
Sociedad Española	Coronel Suárez	Ong / Asociación	Lucas Salas
Olimpo Futbol Club Piñeyro	Estación Piñeyro	Ong / Asociación	Juan Galbarino / Cristina
Amigos Del Parque Recreativo	Huanguelén	Ong / Asociación	Armando Kruger
Asociación Cultural Germano Argentina	San José	Ong / Asociación	Hugo Schwab
Fundación Raíces	San José	Ong / Asociación	Sofia Schwindt
Fundación Raíces	San José	Ong / Asociación	Juliana Schmidt
Fundación Raíces	San José	Ong / Asociación	Gisela Koth
Die Volga Fest	San José	Ong / Asociación	José Luis Schaab
Asociación De Turismo Comunitario Santa Maria	Santa María	Ong / Asociación	Patricia Maier
Asociación De Fomento Del Barrio Cerro Ceferino	Villa La Arcadia	Ong / Asociación	Abel Keil
Comunidad Capilla Nuestra Sra. De Lourdes	Villa La Arcadia	Ong / Asociación	Sandra Guastalli
Junta Vecinal Villa La Arcadia	Villa La Arcadia	Ong / Asociación	Gabriela Perrín
Feria Villa La Arcadia - Taller De Cerámica Ver, Creer Y Ser	Villa La Arcadia	Ong / Asociación	Veronica Moscatelli
Patagonia Travesías	Coronel Suárez	Prestador	Daniel Schwab
Gran Hotel Coronel Suárez	Coronel Suárez	Prestador	Dacunti Ruben
La Casa Hotel Boutique	Coronel Suárez	Prestador	Francisco Lavagnino
Hotel Bender	Coronel Suárez	Prestador	Mauro Bender
Apart Bed And Office	Coronel Suárez	Prestador	Silvia Alebuena
Hotel Leon	Coronel Suárez	Prestador	Roberto Steinmtz

RR Apart y RR Hotel	Coronel Suárez	Prestador	Roberto Ramos
La Quinta Complejo	Coronel Suárez	Prestador	Sergio Hoffman
Parrilla Bender	Coronel Suárez	Prestador	Familia Bender
Restaurante La Casa De Juan	Coronel Suárez	Prestador	Juan Andes
Restaurante Artemio Gramajo	Coronel Suárez	Prestador	Mauro Dewald
La Bodeguita Del Mercado	Coronel Suárez	Prestador	Benjamin Rabuini
Asador Criollo Roberto	Coronel Suárez	Prestador	Roberto Steinmetz
Kapitan Restó Y Cervecería	Coronel Suárez	Prestador	Carlos Lazaro
La Mestiza	Coronel Suárez	Prestador	Coqui Otegui
Yummers	Coronel Suárez	Prestador	Leonardo Bustamante
Penguin Coffee	Coronel Suárez	Prestador	Iván Mulvihill Y Karen Esquenon
El Café De La Casa	Coronel Suárez	Prestador	Emilio Lomartiro
Beer Garden	Coronel Suárez	Prestador	Andres Appelahanz
Joyería El Estilo	Coronel Suárez	Prestador	Juan Kuhn
Joyería El Orfebre	Coronel Suárez	Prestador	Fernando Perez Dill
Chocolates Y Alfajores Baum	Coronel Suárez	Prestador	Javier Graff
Alfajores Isidoro	Coronel Suárez	Prestador	Alan Calles Y Tomás Aguirre
Cerveza Moonkey	Coronel Suárez	Prestador	Federico Mellinger
Don Fisch Cerveza Artesanal	Coronel Suárez	Prestador	Eigenia Leonardt
Marche Otra Cerveza Artesanal	Coronel Suárez	Prestador	Martin Marchettini
Adriana Rosseti	Coronel Suárez	Prestador	Adriana Rosseti

Rama Negra	Coronel Suárez	Prestador	Ana Clara Alberdi
Apicultores	Coronel Suárez	Prestador	Ricardo Schwindt
Coronel Suárez Polo Club	Coronel Suárez	Prestador	Paola Garnier
Sendero Azul (Plantación De Arándanos Y Lúpulo)	Coronel Suárez	Prestador	Maria Cornide
Estancia Santa Ana	Coronel Suárez	Prestador	Ana Serigos
Isidoro Espacio De Arte	Coronel Suárez	Prestador	Sonia Gomez
Pulpería La Tranca	Cura Malal	Prestador	Mercedes Resch
Casa De Campo El Porvenir	Estación Piñeyro	Prestador	Nicolas Benger
El Oasis	Huanguelén	Prestador	Jose Dip
La Tapera Del Nono	Huanguelén	Prestador	Alejandro Y Alejandra Cosia
Pa Usted	Huanguelén	Prestador	Tito Santerre / Mariana Vander Tuin
Laguna El Caballo Loco	Pasman	Prestador	Romina Plaza
Almacén De Quiñihual	Quiñihual	Prestador	Pedro Meier
Fülsen Fest	San José	Prestador	Dome Diego
Social Club El Progreso	Santa María	Prestador	Andres Appelahanz
Cerveza Khalman	Santa María	Prestador	Gonzalo Berger
Casa De Campo (En Proyecto)	Santa María	Prestador	Adriana Masiello
La Casa Del Fundador	Santa María	Prestador	Daniel Minig
Weimmans House	Santa María	Prestador	Javier Graff
Altas Tierras De Ventania	Villa La Arcadia	Prestador	Denise Laterra
Andana	Villa La Arcadia	Prestador	Ana María Spard

Bodensee	Villa La Arcadia	Prestador	Sabina Schmidt
Brisas Del Cerro	Villa La Arcadia	Prestador	Roberto Pérez
Cerro Ceferino	Villa La Arcadia	Prestador	Alejandro Bauerle
De La Arcadia	Villa La Arcadia	Prestador	Alicia Rodríguez
De Los Tíos	Villa La Arcadia	Prestador	José Luis Marino
Don Matías	Villa La Arcadia	Prestador	Miriam De La Torre
El Aguaribay	Villa La Arcadia	Prestador	Rosana Roldán
Gapagua	Villa La Arcadia	Prestador	Alfredo Gervasio
Hueney Ruca	Villa La Arcadia	Prestador	Cecilia Marrero
La Caledonia	Villa La Arcadia	Prestador	Luz Alberdi
La Catalina	Villa La Arcadia	Prestador	Hilario Graff
La Ceferina	Villa La Arcadia	Prestador	Abel Keil
La María	Villa La Arcadia	Prestador	Silvia Pambianco
La Posta Y Los Cardones	Villa La Arcadia	Prestador	Laura Cadelago
Las Achiras	Villa La Arcadia	Prestador	Marcos Vandre Vrande
La Arcadia	Villa La Arcadia	Prestador	Vanesa Clemente Calvo
Los Árboles	Villa La Arcadia	Prestador	Liliana Pechén
Los Primos	Villa La Arcadia	Prestador	Mariana Carrete
Mirador Del Cerro	Villa La Arcadia	Prestador	Belén Holzmann
Ohana	Villa La Arcadia	Prestador	Alan Moreno
Posada Del Vagón	Villa La Arcadia	Prestador	Laura Cadelago
Rancho "M"	Villa La Arcadia	Prestador	Carlos Mandirola
Refugio Del Cerro	Villa La Arcadia	Prestador	Graciela Sosa
Rincón De La Arcadia	Villa La Arcadia	Prestador	Mario Piñeyro
Sol Serrano	Villa La Arcadia	Prestador	Nicolás Gómez
Altos De Arcadia	Villa La Arcadia	Prestador	Cristina Gutiérrez
Ainao Rooms	Villa La Arcadia	Prestador	Nilda Santa Cruz
Acqua Aparts	Villa La Arcadia	Prestador	Carolina Presa

El Ceibo Resort	Villa La Arcadia	Prestador	Claudio Roth
La Flor Azul	Villa La Arcadia	Prestador	Silvia Hromek
Las Golondrinas Posada Y Spa	Villa La Arcadia	Prestador	Natalia Escribano
Las Retamas Apart Boutique	Villa La Arcadia	Prestador	Luz Alberdi
Punto Cadia Hostel	Villa La Arcadia	Prestador	Melania Schmidtke
Rincón Del Río	Villa La Arcadia	Prestador	Silvia Del Río
Ymcapolis Hotel	Villa La Arcadia	Prestador	Facundo Zuccoli
Edulis Restaurante	Villa La Arcadia	Prestador	Martin Fernandez
Tea Barn Casa De Té	Villa La Arcadia	Prestador	Maria Jose
El Torito Food Truck	Villa La Arcadia	Prestador	Mauro Stoessel
Sudaka Cerveza	Villa La Arcadia	Prestador	Eduardo Sandulli
Alfajores Cerro Ventana	Villa La Arcadia	Prestador	Lorena Segura
Fernando Merlo	Villa La Arcadia	Prestador	Fernando Merlo
Yantén Excursiones	Villa La Arcadia	Prestador	Javier Girou
El Junquero	Villa La Arcadia	Prestador	Magali Moyano
Santa Milonguita	Villa La Arcadia	Prestador	Alejandra Perez
Cabaña Los Lirios	Villa La Arcadia	Prestador	Karin Bauducco
Guía Local - Cámara De Comercio	Villa La Arcadia	Prestador	Pablo Parotti
Lavandas De Las Sierras, Establecimiento Rural	Villa La Arcadia	Prestador	Leony Staudt
Inta - Cambio Rural	Coronel Suárez	Sector Público	Julieta Colonella
Feria Suárez Produce	Coronel Suárez	Sector Público	Debora Mascotena
Huellas Artesanales	Coronel Suárez	Sector Público	Andrea Rulfa
Aeródromo Coronel Suárez	Coronel Suárez	Sector Público	Omar Bonifasino

4.3 CARACTERIZACIÓN SOCIO-ECONÓMICA Y NORMATIVA

En esta sección se presenta la caracterización del Partido de Coronel Suárez, abarcando la dimensión social, económica, ambiental y normativa. Adicionalmente, se incorpora la *dimensión ambiental* en este análisis, en la búsqueda de obtener una mirada integral que contemple la sustentabilidad en todas sus aristas. De igual modo, se incluye el análisis de la *dimensión turística*, a fin de observar antecedentes locales y de integración regional en relación al turismo. Por último, continuando con la lógica expresada, se incluye un apartado denominado *Coronel Suárez en la región*, a fin de asegurar una mirada regional del Coronel Suárez como destino.

4.3.1 CARACTERIZACIÓN DEL PARTIDO DE CORONEL SUÁREZ

El partido de Coronel Suárez se ubica en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, siendo Coronel Suárez la ciudad cabecera, con una superficie total de 6.006 km. Se conecta con la región por las rutas provinciales N°60, N°67, N°76 y N°85, caminos vecinales de tierra y el Ferrocarril General Roca. Dicho partido limita con los de Guaminí, Daireaux, Adolfo Alsina, Saavedra, Tornquist, Coronel Pringles y General La Madrid.

Se compone, además de la ciudad homónima, de diversas localidades: Santa Trinidad, San José, Santa María, Huanguelén, Pasman, Villa La Arcadia, Curamalal, Cascada, D'Orbigny, Estación Piñeyro y los parajes de Zentena, La Primavera, Ombú, Otoño, Bathurst, Quiñihual, Zoilo Peralta y El Triunfo.

La ciudad de Coronel Suárez se encuentra emplazada en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires y forma parte del partido homónimo. La localidad se encuentra a 180 km de Bahía Blanca, a 560 km de la Capital Federal, a 550 km de La Plata, a 460 km de Mar del Plata y a 280 km de Santa Rosa, que se destacan como los principales destinos. Se puede acceder a la ciudad a través de cuatro Rutas Provinciales. La N°60 atraviesa el partido de este a oeste sin pasar por la ciudad cabecera, y conecta a la ciudad de Huanguelén con Lamadrid. La N°67 conecta con la localidad de Pigüé situada a 45 km. La N°76 conecta con Sierra de la Ventana (a 100 km), se la toma en el cruce San Eloy de las rutas provinciales N°85 y N°72. La N°85 atraviesa todo el partido, uniendo Coronel Suárez con Coronel Pringles (a 88 km) y Guaminí (a 68 km). Diversos caminos vecinales conectan con la zona rural y parajes del distrito.

4.3.2 DIMENSIÓN SOCIAL

REFERENCIA HISTÓRICA

Una extensa región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires, tuvo como epicentro el Fortín de Sauce Corto, Comandancia de la Conquista del Desierto. El 10 de Julio de 1882 durante la gobernación de Dardo Rocha se crea el partido de Coronel Suárez; por Ley 1497. Por ley 2829 del 28 de mayo de 1883, se fundan los pueblos en los distritos de: Tres Arroyos, Coronel Suárez y Coronel Pringles. Cada uno adopta el nombre de su respectivo partido y se convierte en cabecera del mismo. En 1884 un grupo reducido de galeses provenientes del Chubut ocupan ocho leguas que les fueron cedidas con destino a la agricultura. En 1886, el colonizador Eduardo Casey dispone una considerable extensión a fin de posibilitar la radicación de 50 familias cuyo origen alemán había incorporado algunos rasgos culturales después de más de un siglo de radicación en las orillas del Río Volga. Procedentes de Rusia habían llegado un año antes al puerto de Buenos Aires. Los alemanes del Volga fundan tres pueblos próximos a la cabecera del partido: Santa Trinidad, San José y Santa María. En 1884 el Ferrocarril del Sud habilita la estación local como intermedia entre Plaza Constitución y Bahía Blanca. En el año 1907 comienza a correr el Ferrocarril Rosario-Puerto Belgrano uniendo ambos puertos. Con el Ferrocarril se vio fortalecido el flujo de inmigrantes de diversos orígenes que se asentaban en el Partido. La producción agrícola y ganadera del distrito permitió que este se constituyera, en poco tiempo, en un punto de crecimiento poblacional y social superlativo, adquiriendo, en muy pocos años, la fisonomía de una ciudad. Tanto es así que el 17 de julio de 1934 (Decreto Nro.:4224), fecha en que por decreto del Poder Ejecutivo Coronel Suárez accede a la categoría de ciudad, pasó prácticamente inadvertido por la ciudadanía.

COLONIAS ALEMANAS

Buscando colonos, Eduardo Casey los encuentra en Gaiman, Chubut, donde se había instalado, en 1865, una colonia galesa. El 1 de septiembre de 1884, a las 23 horas, llegan los primeros ocho colonos galeses, a los que se agregarían 50 familias en 1885 y 1886. A estas familias galesas se les sumarán, el 26 de marzo de 1887, los primeros Alemanes del Volga, alojándose los primeros 45 días en carpas alrededor de la Estación del Ferrocarril Sud. Poco tiempo después fundarían las colonias Santa Trinidad, San José y Santa María.

POBLACIÓN

El último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado en el año 2010 por el Gobierno Nacional, arrojó para el partido de Coronel Suárez un total de 38.320 habitantes, distribuidos en 18.752 varones y 19.568 mujeres. Se produjo un aumento del 4,1% con respecto al censo anterior del año 2001. La población representa el 0,24% del promedio de la provincia de Buenos Aires (INDEC, 2010).

Tabla N° 30. Datos estadísticos de Coronel Suárez

Población

	Total	Varones	Mujeres	Analfabetos + de 10 años	Alfabetos + de 10 años	0 a 14 años	15 a 64 años	65 años o más	Nacidos en el extranjero	Nacidos en Argentina
Censo 2001	36828	18138	18690	419	30674	9034	22814	4980	232	36596
censo 2010	38320	18752	19568	306	32609	8256	24526	5538	321	37999
Variación Intercensal	4.05%	3.39%	4.70%	-26.97%	6.31%	-8.61%	7.50%	11.21%	38.36%	3.83%
Puesto	361	360	364	337	432	363	394	362	131	368

Hogares

	Total Hogares	Con Heladera	Sin Heladera	Con Telefono Linea	Hogares sin Telefono Linea	Con Celulares	Sin Celulares	Sin Computadoras	con Computadoras
Censo 2001	11845	11417	424	6363	5478	4089	7752	9888	1953
censo 2010	13451	13277	174	6301	7150	11944	1507	7411	6040
Variación Intercensal	13.50%	16.29%	-58.96%	-0.97%	30.52%	192.10%	-80.52%	-25.05%	209.27%
Puesto	404	442	510	423	151	475	405	415	429

Fuente: INDEC

SALUD

La ciudad de Coronel Suárez cuenta con un Hospital Municipal y cinco Centros de Atención Primaria de la Salud (CAPS):

- Hospital Municipal "Dr. Raúl A. Caccavo"
- CAPS "Villa Belgrano"
- CAPS "San Cayetano"
- CAPS "Puente Chico"
- CAPS "Barrio Rosario"
- CAPS "Barrio San Martín"

CULTURA

Actualmente, tanto en la ciudad de Coronel Suárez como en las colonias alemanas, se pueden encontrar los diferentes aspectos de la cultura alemana, incluidas las personas que han conservado el dialecto alemán de generación en generación. En la colonia Santa María, por ejemplo, cada año se realiza la fiesta del strudel, donde se hace un gran strudel para compartir con el público presente, este suele estar relleno de manzana. En colonia San José, en tanto, se lleva a cabo la fiesta del Füllsel, una especie de budín de pan, además de la Schlachtfest o fiesta de la carneada. Asimismo, todos los años cada una de las colonias celebra su fiesta Kerb, es decir, la fiesta de su Santo Patrono. La palabra alemana Kerb deriva del alemán Kirchweih. Kirche significa iglesia, y Weih, bendición. Se realizan desfiles, cena, espectáculos, exposición de artesanías, productos tradicionales y competencias deportivas. Los festejos de Kerb han sido declarados de interés municipal y provincial.

DEPORTE

Coronel Suárez tiene una gran tradición en la práctica del polo, además de la práctica del fútbol y el básquetbol. Sus principales clubes sociales y deportivos son: Centro Blanco y Negro, Deportivo Sarmiento, Boca Juniors, Tiro Federal, Club Estudiantes Ferroviario Mitre, Club Atlético Huanguelen, San Martín (Santa Trinidad), Independiente (San José), El Progreso (Santa Maria).

La ciudad es sede de la Liga Regional de fútbol (Coronel Suárez), de la cual los clubes del distrito ostentan 26 títulos (Blanco y Negro: 13 títulos, Deportivo Sarmiento: 7 títulos, Independiente San José y Boca Juniors Coronel Suárez: 2 títulos y El Progreso de Santa Maria, At Huanguelen y San Martín Santa Trinidad: 1 título).

A partir del año 2017 se formalizó la organización de la filial del Club Estudiantes de La Plata, la cual venía cumpliendo una intensa actividad como peña, que trascendía el hecho de reunirse para alentar al equipo a la distancia.

La ciudad cuenta con dos campos de golf, el Coronel Suárez Polo Club (18 hoyos) y el Aero Golf Club Coronel Suárez (12 hoyos).

4.3.3 DIMENSIÓN ECONÓMICA

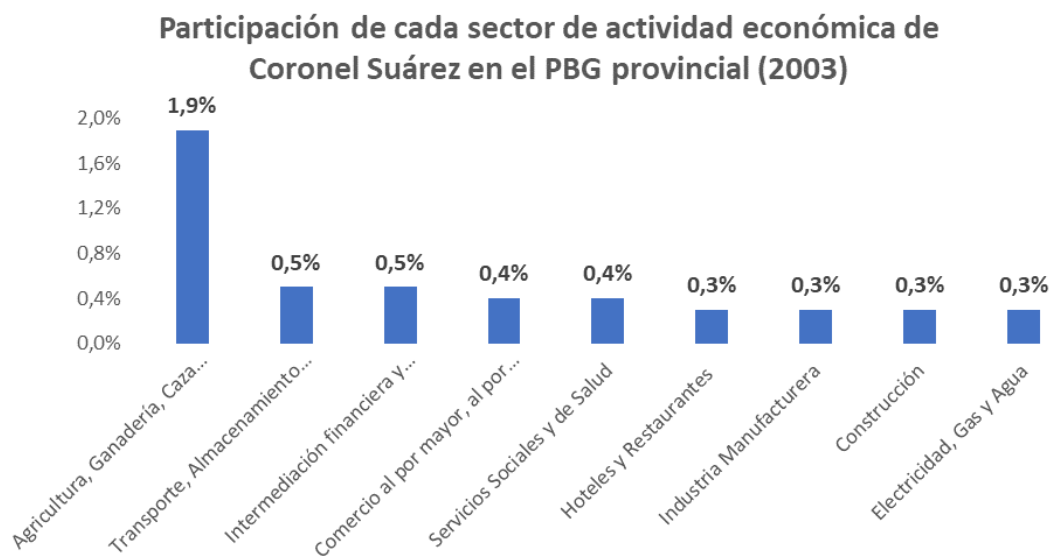
Coronel Suárez, así como el resto del sudoeste bonaerense, se caracteriza por tener como principal actividad económica la agricultura y la ganadería. Se estima que

alrededor del 90% de la superficie de Coronel Suárez se especializa en dichas actividades.

Según las últimas estadísticas tomadas por la Dirección Provincial de Estadística de la provincia de Buenos Aires, en el año 2003, el Producto Bruto Geográfico de Coronel Suárez representó un 0,4% en el Producto Bruto Geográfico provincial.

El sector económico de Coronel Suárez con mayor participación en el PBG provincial es el de Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura, siendo del 1,9% del total y destacándose por sobre el resto de las actividades por amplia diferencia. Lo sigue el de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones y el de Intermediación financiera y otros servicios financieros con un 0,5% del total provincial.

Gráfico N° 54. Actividades económicas



Fuente: elaboración propia en base al Ministerio de Economía y Finanzas, PBA. Base 1993 Año 2003.

Dentro de sus actividades económicas principales, como lo es la ganadería, se destaca la cría de ganado vacuno a campo abierto, siendo una actividad por excelencia de la zona y teniendo como destino comercial principal el Mercado de Liniers y los frigoríficos cercanos.

Por otra parte, la agricultura representa otra de sus actividades económicas principales, ocupando un gran porcentaje de la superficie, donde predomina el sistema mixto de agricultura de invierno y verano o suele combinarse con la ganadería

de ciclo completo. Las principales producciones de cultivos son trigo, girasol, soja y maíz. Según los últimos datos obtenidos por la DPE (Dirección Provincial de Estadística) la producción de Trigo (campaña 2014/2015) en Coronel Suárez, representó un 5,9% en el total provincial, mientras que lo sigue la producción de Girasol (campaña 2014/2015) representando un total de 4,6%. La producción de soja (campaña 2014/2015) se posiciona en tercer lugar, siendo de un 1,4%.

El sector industrial también se encuentra operante en Coronel Suárez, en donde se desarrollan pequeñas industrias o micro emprendimientos, así como industrias que sobresalen y son grandes fuentes de trabajo para el partido y la región, como lo son Smurfit-Kappa S.A., que se dedica a la fabricación de cartón corrugado y papel y el Grupo Dass, abocado a la producción de calzado e indumentaria deportiva.

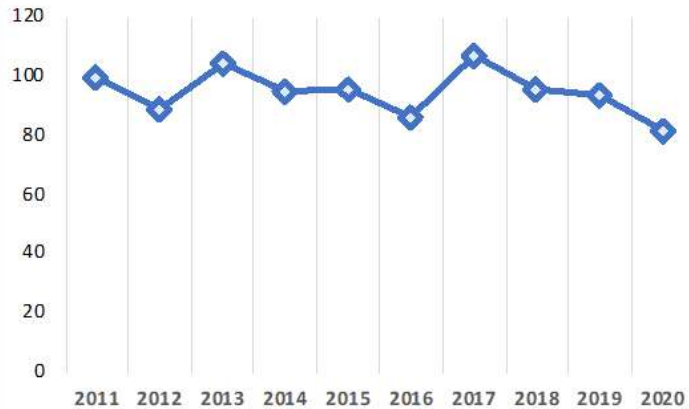
Incluso las producciones intensivas no tradicionales tienen su espacio en el Partido, como la horticultura, los cultivos orgánicos, la porcicultura, cunicultura, avicultura y la cría de caballos de polo.

Si bien Coronel Suárez es un Partido en el cual gran parte de su territorio se dedicó a la producción agrícola ganadera, incorporándose lo industrial y desde hace ya varios años se puede señalar a la actividad turística como una actividad presente en todos los municipios. El sector turístico se constituye como una posible estrategia de dinamización de la economía, siendo una actividad generadora de empleo y fundamental para el crecimiento económico regional.

El sector Hoteles y Restaurantes representó en 2003, un 0,3% en el Producto Bruto Geográfico de la provincia de Buenos Aires y se espera que su participación crezca sostenidamente como motor económico del partido bonaerense.

Gráfico N° 55. Gasto total

(en número índice ajustado por inflación, base 2011=100)

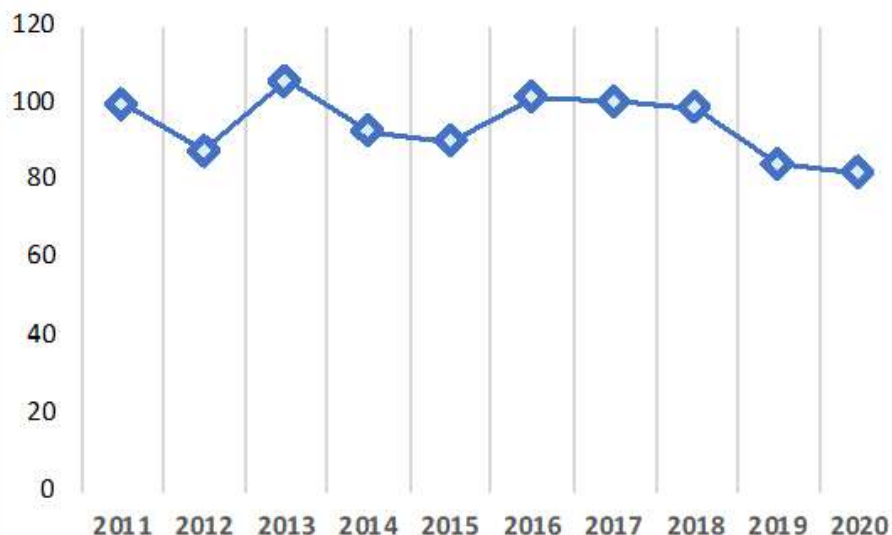


Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

Al observar el comportamiento del gasto (ajustado por inflación) de los últimos 10 años en el municipio de Coronel Suárez, puede observarse una tendencia relativamente estable desde 2011 a 2015, aunque con un comportamiento similar a la dinámica nacional. Luego de una caída en el año 2011, en el 2012 el gasto se recupera por encima del nivel previo a la caída. En el 2013, se vuelve a producir una caída de menor magnitud que no logra recuperarse durante el 2014, manteniéndose al mismo nivel del gasto que el año anterior. Desde el año 2015 se produjo una nueva caída con una fuerte recuperación hacia el 2016, incluso por encima del nivel de 2013. Desde el año 2017 se produce una caída constante en el gasto del municipio hasta el 2020, año que se profundiza la tendencia producto de la pandemia del COVID-19.

Gráfico N° 56. Recursos totales

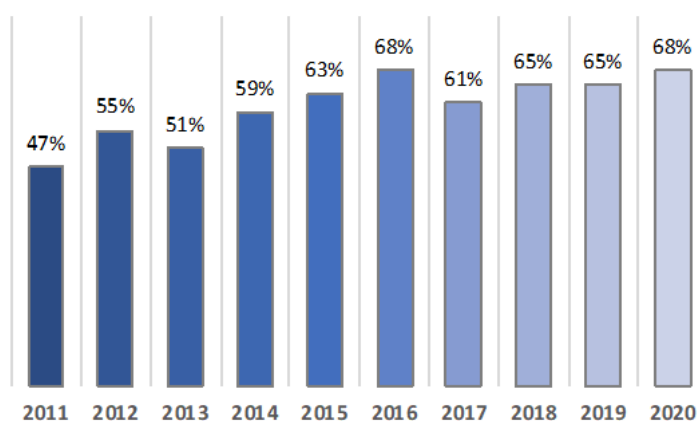
(en número índice ajustado por inflación, base 2011=100)



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

La dinámica general descrita para el gasto se condice con la que siguen los recursos totales disponibles del municipio para el período referido (ajustados por inflación), con la diferencia de que la recuperación de los recursos disponibles hacia el 2015 no fue tan significativa como en el caso del gasto. Del mismo modo, la tendencia a la caída de los recursos disponibles desde este año fue más “suave”, a excepción del 2018, año en que los recursos se redujeron en aproximadamente 20 puntos.

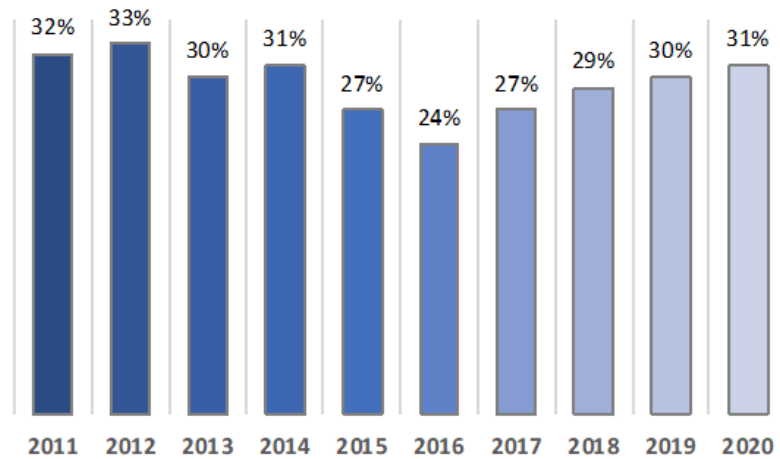
Gráfico N° 57. Gasto en personal
(como % del gasto total)



Fuente: elaboración propia en base al Ministerio de Economía y Finanzas, PBA.

En consecuencia, a partir de la evolución del gasto total, el gasto en personal como porcentaje del gasto total, aumenta en los períodos de caída del gasto total, y viceversa. Mientras hacia el 2011, hasta el 2013, el gasto en personal significó alrededor del 50% del total; desde el 2014 el gasto en personal presenta un piso del 60%, llegando a su pico de 68% del total del gasto en los años 2016 y 2020.

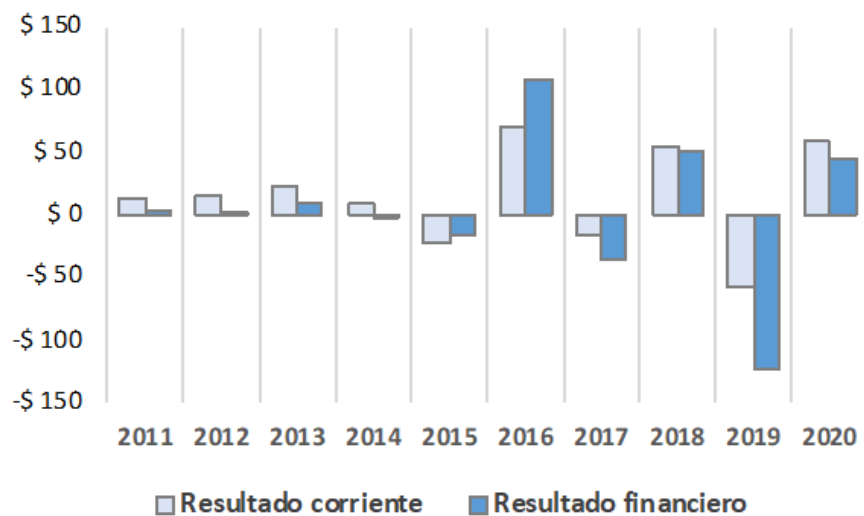
Gráfico N° 58. Autonomía municipal
(recursos propios como % de los recursos totales)



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

Al observar la autonomía municipal, entendida como el porcentaje de recursos propios de la totalidad de recursos, hacia 2011 se encontraba en el 32%. La autonomía del municipio disminuyó 2 puntos hacia los años 2013 y 2014, profundizando la caída hasta el 2016 cuando los recursos propios se ubicaron en el 24% del total. Desde el 2017, se observa una recuperación gradual de la autonomía de los recursos municipales hasta el 31% en el año 2020.

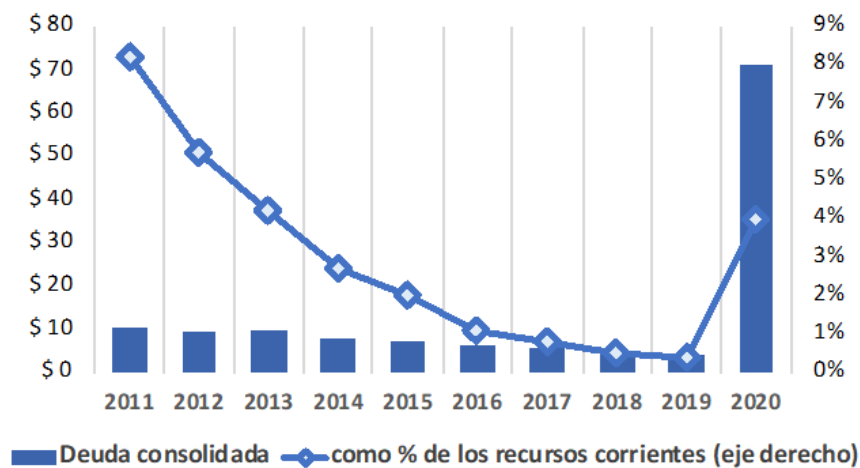
Gráfico N° 59. Resultado fiscal
(en millones de \$ corrientes)



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

Durante los años 2011 a 2014, por su parte, el resultado fiscal presentó superávit corriente y financiero a excepción de un resultado financiero negativo prácticamente insignificante en 2014. Desde el 2015 la dinámica que siguió el resultado fiscal mostró magros déficits corrientes y financieros en los años 2015, 2017 y significativamente mayores en el 2019, con preponderancia del déficit financiero. Por su parte, hubo superávits tanto fiscales como financieros en los años 2016, 2018 y 2020.

Gráfico N° 60. Deuda municipal
(en millones de \$ corrientes y como % de los recursos corrientes)



Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

Por el lado de la deuda municipal en términos corrientes, desde el 2011 se ve disminuida constante y progresivamente desde los 10 millones de pesos hasta los 4 millones en el 2019, lo que genera una significativa reducción de la deuda como porcentaje de los recursos corrientes desde el 8% en 2011 hasta casi 0% en el 2019. El año 2020, producto de la pandemia del Covid-19, se observa una importante reversión de esta tendencia, llegando a acumular cerca de 70 millones de pesos de deuda en el año, lo que representa un 4% de los recursos corrientes del municipio.

Gráfico N° 61. Gasto municipal, según función (como % del total del gasto)

Función	2017	2018	2019	2020
Legislativo	1,7%	1,7%	1,7%	1,7%
Ejecutivo	9,7%	9,2%	9,4%	9,1%
Seguridad	2,6%	2,8%	3,6%	3,2%
Salud	30,6%	32,1%	32,5%	37,7%
Promoción y asistencia social	12,1%	10,9%	11,4%	12,1%
Educación, cultura y deportes	5,5%	5,5%	6,4%	5,1%
Vivienda	2,9%	1,6%	1,3%	2,5%
Recolección de residuos, barrido y limpieza	6,4%	3,9%	4,3%	4,4%
Alumbrado Público	2,3%	3,8%	3,5%	3,0%
Obras Públicas	21,3%	19,7%	17,1%	13,9%
Transporte, medio ambiente y comercio	4,9%	8,8%	8,8%	7,2%
Deuda pública	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Economía y Finanzas, PBA

Al mirar la composición del gasto municipal según su función, como porcentaje del total del gasto desde el año 2017 al 2020, el peso de los gastos legislativos, ejecutivos y educación cultura y deportes se mantuvo prácticamente constante en 1,7%, 9,2% y 5,5% respectivamente. Por su parte, seguridad, salud, alumbrado público y transporte, medioambiente y comercio presentaron mejoras en su participación. Asistencia social y vivienda presentaron una pequeña caída en los años 2018 y 2019, recuperando en el 2020 el nivel de participación de 2017. Por el lado de los rubros que se vieron disminuidos en su participación sobre el total del gasto en el período 2017-2020, se encuentran obras públicas y recolección de residuos.

Durante el período 2017-2020 el comportamiento del esquema de inversión, ahorro y financiamiento se comportó de manera heterogénea. En el año 2017 el resultado de la cuenta corriente arrojó una necesidad de financiamiento de 16,5 millones de pesos, a lo que se sumaron 19,7 millones como resultado de la cuenta capital. Cubriéndose este déficit principalmente a partir de desinversión financiera e incremento de pasivos por un total de 56,3 millones. En el 2018, el superávit corriente fue de 56,3 millones, mientras que el resultado de la cuenta capital fue negativo en 4,2 millones. Esto redundó en una disminución de los pasivos financieros por 32,6 millones y un incremento de la inversión financiera de 34,5 millones, y aumentando los pasivos financieros en 18,4 millones. En el año 2019 el resultado corriente volvió a ser deficitario en 57,9 millones de pesos, mientras que el resultado de capital fue negativo por 65,3 millones. Este déficit fue cubierto principalmente con un aumento

de los pasivos por 148,4 millones. Finalmente, hacia 2020 se revierte nuevamente el resultado corriente, mostrando un superávit de 59,2 millones de pesos. Por su parte, la cuenta capital redujo su saldo deficitario a 13,5 millones. La cuenta financiera, presentó 67,6 millones de aumento en el endeudamiento público y un incremento de otros pasivos por 51,3 millones. Al mismo tiempo, esto permitió una disminución de los pasivos por 156 millones.

4.3.4 DIMENSIÓN AMBIENTAL

En materia ambiental, el municipio de Coronel Suárez cuenta con una Subdirección de Medio Ambiente dependiente de la Secretaría de Producción.

Entre las funciones del área se destaca:

- Coordinación del programa GIRSU (Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos) de Coronel Suárez.
- Supervisión del funcionamiento de la Planta de Reciclado de Coronel Suárez.
- Supervisión del funcionamiento de la Planta de Tratamiento de RSU “Eco Huanguelén”.
- Propuestas y supervisión de actividades ambientales en Huanguelén, Pueblos Alemanes, Villa La Arcadia, Pasman, Cura Malal y todo el partido en general.
- Gestión de recursos económicos y técnicos ante organismos nacionales (Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible) y provinciales (Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible, y Ministerio de la Producción).
- Confección de informes ambientales para organismos nacionales y provinciales (Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, OPDS, Ministerio de la Producción, Autoridad del Agua, etc.).
- Relevamiento ambiental de industrias, establecimientos y locales comerciales generadores de residuos especiales.
- Colaboración en trámites de habilitación comercial.
- Fomento de la agroecología y producciones orgánicas.
- Confección de proyectos.
- Coordinación con ONGs ambientalistas que desean realizar proyectos en Coronel Suárez.
- Educación ambiental (campañas en escuelas, Eco-Canjes, medios de comunicación, etc.).
- Participación en cursos y jornadas sobre ecología y medio ambiente.
- Recepción de denuncias ambientales.

- Supervisión del Programa “PRONUREE” en el Distrito de Cnel. Suárez.
- Participación en el Comité de la Cuenca Hídrica del Río Salado.

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/medio-ambiente/>

ESPACIOS MUNICIPALES

A continuación se presentan los espacios municipales que se utilizan para desarrollar actividades relacionadas al cuidado del medio ambiente.

PLANTA DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS DE CORONEL SUÁREZ:

En el año 2018 se inauguró en Coronel Suárez la planta de tratamiento de residuos sólidos urbanos, además del sector de boxes y la restricción de ingreso al basurero municipal. Actualmente el área de Medio Ambiente genera publicaciones en donde se especifica la cantidad de material reciclado recuperado.

PLANTA DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS SÓLIDOS ECO HUANGUELÉN:

La planta de tratamiento se inauguró en 2008. Cabe destacar que la comunidad de Huanguelén está sumamente comprometida con el cuidado del medio ambiente y desde 2013 se realizan varias acciones de concientización, entre las que se destacan: eco canjes, creación de la primera compostera en una institución educativa y el cierre del basurero a cielo abierto.

En 2018 docentes de la escuela E.P N° 8 crean el proyecto "Yo quiero a mi Huanguelén Limpio" con el objetivo de generar conciencia ambiental. También se sumó al proyecto la Escuela Especial N° 503 quienes iniciaron el subproyecto "yo quiero a mi manzana limpia". Entre las actividades se destacan: controlador de Compost, organización de “caminatas verdes” , Eco Canje, confección de papel plantable entre otras actividades.

ESTACIÓN DE SEPARACIÓN DE RESIDUOS RECICLABLES EN VILLA LA ARCADIA:

Se crea con el objetivo de generar conciencia, el fomento de la economía circular y para generar un aumento en el volumen de residuos reciclables.

CENTRO DE ACOPIO DE ENVASES DE FITOSANITARIOS:

El centro se inauguró en el año 2021 a través de gestiones realizadas entre la empresa Camagro Insumos, la organización Campo Limpio, el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS) y el Municipio de Coronel Suárez.

El objetivo es: *dar una correcta disposición a los bidones de agroquímicos, promoviendo así el cuidado del ambiente, previniendo potenciales focos de contaminación y potenciando el paradigma de la economía circular a través del reciclaje de dichos envases por empresas habilitadas por la provincia dando cumplimiento a la Ley N°27.279.-*

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/se-inauguro-el-centro-de-acopio-transitorio-de-envases-de-fitosanitarios-cat/>

VIVERO MUNICIPAL:

Desde el vivero municipal se provee de árboles y arbustos a las distintas localidades de Coronel Suárez. También participa de las jornadas de Eco Canjes en donde vecinos y vecinas intercambian sus residuos reciclables a cambio de un plantín del vivero.

Asimismo, se producen especies que sirven para forestar los espacios públicos. Entre las especies forestadas se encuentran agapanthus, álamos, arcer, azareros, catalpas, cipreses, cola de zorro, laurel de jardín, fresno, lirio, pino tosquero, entre otros.

También allí se implementa el programa “**Nativas Bonaerenses**”.

PARQUE DE PRODUCCIONES INTENSIVAS:

Se construyeron 6 invernáculos con una superficie total cubierta de aproximadamente 2.000 mts. Esta inversión pudo realizarse gracias a fondos provenientes del programa “Sembrar Soberanía Alimentaria” del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

También se realiza el proyecto “**Nuestra Huerta**” (véase Programas, “Nuestra Huerta”).

FERIA Y ENCUENTRO DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES AGROECOLÓGICOS:

El primer encuentro provincial de productores y consumidores agroecológicos se realizó en el Mercado de las Artes en el año 2019. La misma contó con el apoyo en aquel entonces de La Secretaría de Producción y Subdirección de Ambiente, dependiente de la Secretaría de Servicios Públicos, la ONG Evolución Ambiental, además de la RENAMA (Red de Municipios y Comunidades que fomentan la Agroecología).

FERIA SUÁREZ PRODUCE:

Es una feria de productores y artesanos locales en su mayoría familias. En el año 2011 INTA junto al municipio empiezan a trabajar a indagar en una alternativa comunitaria para promover la integración social y laboral. El medio utilizado fue la producción de bienes y servicios y así nace Suárez Produce.

La feria se produce en el Galpón Ferial cada 15 días. Tanto la inscripción como el stand de promoción es gratuito.

Fuente: <https://feriasuarezproduce.wixsite.com/suarez>

PUNTOS LIMPIOS:

Son 53 puntos limpios distribuidos en ciudad cabecera, colonias y localidades del distrito. El punto limpio permite llevar los residuos secos en cualquier día y horario.

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/medio-ambiente/>

PROGRAMAS

Entre los programas y planes adheridos se destaca la participación en el **Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU)**. En el marco de este plan, durante el año 2020 se celebró un convenio entre los municipios de Coronel Suárez y Tornquist con el objetivo de generar una planta de tratamiento de residuos generados en Villa La Arcadia, Sierra de la Ventana y Tornquist.

Cabe destacar que existe recolección diferenciada en los 3 Pueblos Alemanes.

En el marco del **Programa Nacional de Uso Racional y Eficiente de la Energía** (PRONUREE) se entregaron lámparas de bajo consumo a Centros de Jubilados, como así también, se realizaron acciones de concientización en donde vecinos concurrieron a las delegaciones para intercambiar viejas lámparas de luz por otras de bajo consumo.

A través del vivero municipal se empezó a desarrollar el **Programa Nativas Bonaerenses** que busca generar conciencia en la importancia de preservar las especies autóctonas a través de capacitación y la producción de nativas. Entre los objetivos del plan se destaca: *implementar políticas activas para la conservación de los bosques nativos, la recuperación de la biodiversidad y la mitigación y adaptación al cambio climático.*

Fomentar la producción de especies vegetales nativas en la provincia de Buenos Aires mediante la creación de viveros en el Sistema de Áreas Naturales Protegidas y el fortalecimiento de viveros municipales y del sector privado destinadas a planes de conservación de bosques nativos, planes de recomposición de espacios degradados, planes de forestación municipales y proyectos de obra pública y privada, con el fin de mitigar los efectos del cambio climático.-

Fuente: <https://www.opds.gba.gov.ar/nb/objetivos>

Coronel Suárez está adherido a **RENAMA** que es la red que reúne a distritos y comunidades agroecológicas, con quienes se está trabajando un proyecto de circuitos turísticos en campos agroecológicos.

Como antecedente en materia de turismo y medio ambiente, en el año 2021 Coronel Suárez se adhiere al **Programa destinos de calidad y sostenibles (DCS)** dependiente del Departamento de Calidad Turística, de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires.

En dicho documento se expresan como fortalezas las acciones vinculadas a la ordenanza de **Espacio Protegidos**; la ampliación de la zona de recolección diferenciada de residuos sólidos; las actividades en torno fechas relacionadas al cuidado del medio ambiente; la firma del convenio de cooperación municipal con Schwabach (Alemania); la adhesión a RENAMA; la feria agroecológica en el Mercado de las Artes.

PROGRAMA INTEGRAL DE MEDIO AMBIENTE:

Este programa se crea atendiendo los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Entre los ejes se destaca: *“formación de promotores ambientales para la educación ambiental dentro de las instituciones educativas y la comunidad en general, fortalecimiento de la promoción acerca de la separación de residuos en origen con el objetivo de un aumento progresivo en el volumen de residuos reciclables recuperados y la gestión integral de residuos sólidos urbanos, valoración de la biodiversidad local, forestaciones en espacios públicos y la vinculación con instituciones a nivel nacional e internacional para hacer frente a la lucha contra el cambio climático.”*

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/ambiente-programa-integral-de-ambiente-municipal/>

PROGRAMA “NUESTRA HUERTA”:

Es un proyecto impulsado por la Secretaría de Producción y el área de Economía Social del Municipio de Coronel Suárez, bajo la coordinación de una ingeniera agrónoma y se desarrolla dentro del predio del Parque de Producciones Intensivas. Este proyecto capacita a productores hortícolas en producción de verduras “agroecológicas” de estación.

El principal objetivo es generar fuentes de trabajo. Los vecinos y vecinas de Coronel Suárez pueden acercarse a comprar verduras de estación, Asimismo cuentan con redes sociales para hacer consultas.

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/argentina-contra-el-hambre-el-programa-nuestra-huerta-en-plena-siembra-de-verduras-y-hortalizas/>

ONG'S

ONG Evolución Ambiental: Se trata de una asociación civil sin fines de lucro que promueve la acción ciudadana en beneficio del medio ambiente. Esta ONG llevó a cabo un timbreo - puerta por puerta - en Pueblo Santa Trinidad a los efectos de recabar datos y concientizar sobre la separación de residuos. Esta iniciativa contó con el apoyo de la Delegación Municipal y la dirección de Ambiente.

Asimismo, realizan varias actividades en torno al cierre del basurero a cielo abierto, una de las problemáticas ambientales más mencionadas.

Milla Cura: es una agrupación solidaria. Participaron de la limpieza del Cerro Ceferino en Villa Arcadia. También trabajan con la escuela N°2 con quien generaron un proyecto llamado “Guardianes de la Naturaleza” donde los chicos se comprometen a cuidar las escuelas y las plazas.

ORDENANZAS MUNICIPALES

A continuación se presentan las distintas ordenanzas municipales correspondientes a la dimensión de Medio Ambiente. Se destaca que en el Honorable Concejo Deliberante existe una comisión que trata los temas referidos a la Ecología y Medio Ambiente.

ORDENANZA N° 3789/2002 - RESIDUOS SÓLIDOS:

En su Art 1. *declara de interés municipal el reciclado de residuos sólidos urbanos.* Con esta ordenanza también se crea el **Programa Municipal de Fomento del Reciclado de Residuos Sólidos** junto a sus objetivos plasmados en el Art 3. *Realizar una recolección diferenciada de los residuos domiciliarios, discriminándolos*

en orgánicos e inorgánicos; Producir la máxima separación posible en origen de los residuos orgánicos; Reducir progresivamente la disposición final conjunta de elementos biodegradables con los no degradables en rellenos sanitarios; Disminuir los riesgos de contaminación del suelo originados en el volcado controlado e incontrolado de residuos inorgánicos; Permitir el mayor aprovechamiento posible de los productos reutilizables, reintegrándolos al sistema productivo; Proteger la integridad de los acuíferos, reduciendo la carga contaminante de los vertidos; Promover la formación de la población de conductas orientadas al reciclado y la reutilización de productos recuperables; Posibilitar la participación de toda la comunidad en el reciclado y la reutilización de los distintos elementos reciclados.

En su Art 4. se crean varios Subprogramas: **Subprograma de Saneamiento Ambiental:** para las operaciones de recolección transporte y disposición final de los residuos; **Subprograma de concientización pública destinado a la difusión del Programa;** **Subprograma de investigación, evaluación y desarrollo,** para el seguimiento y análisis de otras alternativas aplicables al manejo de los residuos sólidos urbanos y su reciclado.-

En su Art 9. estipula que: *En el interior de los establecimientos público o privados donde se registren importantes movimientos de personas, se requerir la instalación de cestos para desechos reciclables.-*

ORDENANZA N° 3893/2002 - "DECLARACIÓN SOBRE EL TURISMO COMO ACTIVIDAD DE INTERÉS DISTRITAL":

(véase: Dimensión Normativa / Marco Municipal / Tema: Turismo, Art 6.).

ORDENANZA N° 3983/2003 - PROHIBICIÓN DE CAZA DE ANIMALES AUTÓCTONOS:

En su Art 1. *Queda prohibida la tenencia, captura o caza de las especies de la fauna silvestre autóctona en el distrito de Coronel Suárez, entendiéndose como fauna silvestre autóctona la formada por los animales que pertenecen al ambiente donde naturalmente habitan, sin depender del hombre para alimentarse o reproducirse.-*

ORDENANZA N° 7.404 / 2019 - CONTROL DE LA UTILIZACIÓN Y MANIPULACIÓN DE PRODUCTOS AGROQUÍMICOS:

En el Capítulo II DE LA AUTORIDAD DE APLICACIÓN Y SUS FUNCIONES Art 4. Se habla de la creación de un consejo asesor : *La Subdirección de Medio Ambiente y la Secretaría de Producción Municipal actuarán como autoridades de*

aplicación en la materia. Se creará un Consejo Asesor que intervendrá cuando se solicitase aplicación de carácter excepcional en Zona de Exclusión constituido por un representante de la Subdirección de Medio Ambiente, un representante de la Secretaría de Salud, designados por el Departamento Ejecutivo, más un representante de cada bloque político del Honorable Concejo Deliberante, un miembro de las distintas ONG ambientales del distrito y un miembro del Colegio de Ingenieros Agrónomos y/o INTA. La aplicación excepcional podrá realizarse con el máximo de 1(una) vez durante cada año calendario. Se creará, dentro del ámbito Municipal del Partido de Coronel Suárez, la Patrulla Ambiental Municipal. -

ORDENANZA N° 7486/2021 - “PROGRAMA DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL”:

Esta ordenanza está orientada a las Escuela en sus distintos niveles. En el Art 2. habla de los objetivos del programa: *Concientizar a la ciudadanía en temas ambientales; Promover la participación ciudadana; Construir un modelo de desarrollo sostenible con capacitaciones, clases especiales, charlas, videos y todo aquello que aporte formación en el tema, ya sea en Establecimientos Educativos, dependencias oficiales, a través de las redes, etc.; Compartir las problemáticas ambientales, así como las soluciones posibles que partan desde propuestas ciudadanas. -*

ORDENANZA N° 7549/2021 - “PAISAJE PROTEGIDO”:

(véase: Dimensión Normativa / Marco Municipal / Tema: Patrimonio). Cabe destacar que en el marco de esta ordenanza se generaron senderos autoguiados con cartelería interpretativa.

ORDENANZA N° 7217/2018 - PROHIBICIÓN DE ENTREGA DE BOLSAS PLÁSTICAS:

Esta ordenanza prohíbe la entrega de bolsas plásticas no biodegradables y oxo biodegradables. Asimismo, en su Art 5. se menciona la implementación de un plan de comunicación de dicha ordenanza acompañado de talleres de concientización.

PROBLEMÁTICAS

A continuación, se presentan las posibles problemáticas a abordar en torno al Medio Ambiente.

En el programa Destinos de Calidad y Sostenibles se habla de: *Ausencia de una política ambiental; Bajo presupuesto en áreas como turismo y ambiente; Ausencia*

de un instrumento legal que garantice en las nuevas construcciones inmobiliarias aspectos de energías renovables; Incumplimiento del plan de forestación.-

En su apartado de **gestión de riesgos** figuran como de alta probabilidad de ocurrencia: Tala de árboles, capacidad de carga, basural, incendios (en época de verano).

CONCLUSIONES PRELIMINARES

En materia medio ambiental se observa un avance en cuanto a acciones de concientización destinadas a la comunidad y esto se apoya con distintas ordenanzas que ponen foco en esto.

Hay un interés por parte de la comunidad en el cuidado del medio ambiente pero no se observan acciones concretas con los establecimientos turísticos, sobre todo pensando en los grandes generadores de residuos.

La capacidad de carga no es un tema menor, tal como se indicó en el plan Destinos de Calidad y Sostenibles es un riesgo de alta probabilidad que puede prevenirse con estudios de capacidad de carga y un plan de ordenamiento territorial.

Dentro del Programa Destinos de Calidad y Sostenibles se hacía referencia a la ausencia de sellos distintivos de calidad, tal vez se pueda pensar en un sello que englobe capacitaciones en buenas prácticas y uso responsable de la energía y el agua, para luego ser implementadas en los establecimientos.

Fomentar los llamados “productos de cercanía” y el “compre local” son guiños al trabajo en red, en donde prestadores de gastronomía y hotelería puedan incorporar dichos productos en sus prestaciones y/o bien ser vidriera mostrando la producción local, sobre todo aquellos productos que están comprometidos al no uso de agroquímicos. La incorporación de estos productos cercanos tiene efectos directos en la reducción de emisión de gases de efecto invernadero -por el transporte- implicados en el cambio climático.

Si bien se realizan varias actividades de concientización en escuelas sería interesante poder llevar a los alumnos a conocer de primera mano a los productores locales, para que conozcan el trabajo en red y la importancia de consumir productos de cercanía y de estación.

4.3.5 DIMENSIÓN NORMATIVA

CONTEXTO NORMATIVO NACIONAL Y PROVINCIAL

LEY NACIONAL DE TURISMO N° 25.997/2004:

Esta Ley declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado. Establece como principios rectores la facilitación, el desarrollo social, económico y cultural, el desarrollo sustentable, la calidad, la competitividad y la accesibilidad.

En el marco institucional crea el Comité Interministerial de Facilitación Turística, determina los deberes y facultades de la Secretaría de Turismo de la Nación (autoridad de aplicación por aquel entonces). Asimismo, establece el Consejo Federal de Turismo, el Instituto Nacional de Promoción Turística y el Fondo Nacional de Turismo.

Entre otros puntos define el Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Por Art. 36 se establece como procedimiento que las provincias deben remitir a la autoridad de aplicación los proyectos por ellas propuestos para la realización de inversiones generales de interés turístico.

COMPETENCIAS NACIONALES, PROVINCIALES Y MUNICIPALES:

En la actividad turística, como en la mayoría de las actividades comerciales, el poder de policía es conservado por las provincias y/o municipios tal como lo enuncia el artículo 75 inciso 30 de nuestra Constitución Nacional (CN), a saber: “Ejercer una legislación exclusiva en el territorio de la capital de la Nación y dictar la legislación necesaria para el cumplimiento de los fines específicos de los establecimientos de utilidad nacional en el territorio de la República. Las autoridades provinciales y municipales conservarán los poderes de policía e imposición sobre estos establecimientos, en tanto no interfieran en el cumplimiento de aquellos fines”. Además, no hay en materia turística una distribución específica de competencias entre Nación y Provincias (incluida CABA) en la CN. Por tal motivo, es que los prestadores turísticos son regulados por cada provincia.⁴

⁴ ARAMBURU, Santiago (2021). Artículo: “Legislación del Turismo Rural en la República Argentina”, El Dial.com. Biblioteca Jurídica Online, Buenos Aires, Argentina.

En la normativa específica de turismo de la Provincia de Buenos Aires (**Ley N° 14209** y Decreto Reglamentario), se establecen atribuciones a los municipios, a saber: “participar en el desarrollo de productos turísticos, en la coordinación de planes, programas y proyectos de desarrollo turístico, en la inscripción, supervisión y fiscalización de los servicios turísticos, diagramación y articulación de zonas o regiones turísticas, requerir y brindar información a prestadores y turistas, orientar y proteger a los turistas en la defensa de sus derechos, proponer la declaración de emergencia o desastre turístico”⁵ así como también se establecen estructuras como el Consejo Provincial del Turismo donde los municipios tienen representación a través de sus máximos representantes de las áreas municipales encargadas de turismo.

De esta manera, existen instancias de articulación Provincia-Municipios previstas en la normativa que pueden ser aprovechadas para fortalecer herramientas en materia de gestión y desarrollo de la actividad turística. Un ejemplo de ello es la posibilidad de celebrar convenios entre ambos niveles estatales a los fines de compartir funciones en términos de la categorización y fiscalización de los alojamientos turísticos, con la posibilidad de que los ingresos sean coparticipables.

LEY DE TURISMO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES N° 14209:

Esta ley declara de interés provincial al turismo como proceso socioeconómico esencial y estratégico para el desarrollo de la Provincia. Tiene como objeto el fomento, el desarrollo, la planificación, la investigación, la promoción y la regulación de los recursos y la actividad turística, mediante la determinación de mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejora, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos, propiciando el desarrollo sustentable, resguardando la identidad y la calidad de vida de las comunidades receptoras, estableciendo mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado, propendiendo el acceso de todos los sectores de la sociedad y procurando la optimización de la calidad.

Señala como principios rectores: turismo como derecho sociocultural; sustentabilidad; protección del patrimonio cultural y natural; calidad y competitividad; transversalidad; accesibilidad; profesionalización de la actividad turística; protección al turista; y fomento de la actividad turística.

⁵ DEL BUSTO, Eugenio (2018), “EL FOMENTO Y LA REGULACIÓN JURÍDICA DEL TURISMO RURAL EN LA REPÚBLICA ARGENTINA”, Universidad Virtual de Quilmes, Buenos Aires, Argentina

La norma prevé la creación del **Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR)**, como entidad de carácter asesor, consultivo, de concertación y apoyo a la gestión de la Autoridad de Aplicación, y el **Fondo Provincial de Inversión para el Turismo (FOPROINTUR)**.

Prevé también la implementación de un **Registro de Prestadores Turísticos de la Provincia**, en el que deberán registrarse las personas físicas o jurídicas que en forma habitual, permanente, eventual o transitoria proporcionen, intermedien o comercialicen servicios o desarrollen actividades turísticas, de acuerdo a la clasificación que determine la Autoridad de Aplicación en la reglamentación de la Ley, se establecerán las condiciones del Registro.

La categorización de los prestadores, y el juzgamiento de las infracciones son de competencia exclusiva de la Autoridad de aplicación, sin embargo, la misma **puede delegar en los municipios determinadas facultades relacionadas con el inicio de las inscripciones al Registro, el cumplimiento de los requisitos, realización y fiscalización de los servicios turísticos**, etc.

La Ley hace referencia al **Turismo Social** y al **Turismo Accesible**, determinando la implementación de instrumentos y medios que faciliten el acceso de todos los sectores de la sociedad al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

Tema: SERVICIOS TURÍSTICOS

1) Resolución Provincial N°23/2014

Subtema: Alojamiento turístico. Clasificación y categorización

Crea el Registro de Prestadores Turísticos y aprueba el Reglamento de Clasificación y Categorización de los alojamientos turísticos de la Provincia de Buenos Aires

Establece que la clasificación y categorización de los Prestadores Turísticos corresponde a la Autoridad de Aplicación la que realizará el encuadramiento de cada modalidad o establecimiento de conformidad a la normativa vigente, incluso la de aquellas nuevas formas o modalidades que puedan incorporarse o desarrollarse como consecuencia de la evolución de la actividad (Art. 10).

El reglamento hace referencia a los servicios que deben contar todos y cada uno de los diferentes establecimientos, estableciendo las diferentes tipologías, a saber:

a) *Alojamiento Turístico*: Hotel, Apart Hotel, Hotel Boutique, Hostería, Residencial, Hostel, Albergues juveniles, Bed & Breakfast, Cabañas, Casas o Departamentos con Servicio y Alojamiento Turístico Rural.

b) *Alojamiento Turístico Extrahotelero*: Casa o Departamento, Casa de familia, otros.

c) Aquellas nuevas modalidades de alojamiento que pueden incorporarse o desarrollarse como consecuencia de la evolución de la actividad.

Establece los requisitos mínimos generales de los alojamientos turísticos en materia de aspectos constructivos, equipamiento y servicios. Indica los requisitos específicos para la categorización de hoteles (1 a 5 estrellas), apart hoteles (1 a 5 estrellas), hosterías (1 a 3 estrellas) y cabañas (1 a 3 estrellas).

El Art. 38 que hace referencia a que todos los establecimientos turísticos cualquier sea su clasificación, deberán disponer de por lo menos una habitación polivalente o adaptada, rampas de acceso al edificio, salas y otros espacios públicos, alarmas adaptadas para personas con discapacidad sensorial, estacionamientos señalizados y menú en Braille.

El Art. 65 indica que la Secretaría de Turismo podrá coordinar o convenir con los Municipios interesados la instrumentación de un **registro de inmuebles con destino a alojamiento turístico extrahotelero**.

2) Ley Provincial Nº 13531/2006

Subtema: *Campamentos Turísticos o Camping*

Promulgada por Decreto 2551/06 del 26 de septiembre de 2006. Deroga el Decreto -Ley 9765/1981. Se rigen por la presente Ley los establecimientos denominados campamentos turísticos o camping que presten servicios con carácter permanente o transitorio, que se habiliten en el territorio de la Provincia de Buenos Aires, sean éstos públicos o privados. Asimismo, crea el Registro Provincial de Campamentos Turísticos, en el que deberán inscribirse los respectivos establecimientos que hayan cumplimentado los requisitos establecidos para su habilitación.

Como requisitos, los campamentos deberán contar con instalaciones aptas y estables, que faciliten actividades turísticas mediante la utilización de carpas de campaña o casas rodantes de arrastre o autopropulsadas, debiendo posibilitar la pernoctación y permanencia en ellos, reuniendo ciertos requisitos mínimos.

Las edificaciones e instalaciones de los campamentos turísticos deberán guardar absoluta armonía estética y funcional con el medio ambiente en el cual se encuentran insertos, evitando la distorsión del paisaje circundante, así como tienen la prohibición de la tala de árboles, la realización de obra alguna y la edificación o instalación de cualquier elemento fijo o permanente.

La Autoridad de Aplicación, determinada por la reglamentación de la Ley, señalará los requisitos que deberán reunir los propietarios o responsables de la explotación de los campamentos turísticos y asimismo establecerá las categorías en que habrá de clasificarse a cada establecimiento.

DECRETO PROVINCIAL N° 325/2011 APRUEBA LA REGLAMENTACIÓN DE LA LEY N° 13531/06:

Designa como Autoridad de Aplicación a la Secretaría de Turismo o el organismo que en el futuro la reemplace y aprueba la reglamentación de la Ley 13531, Reglamento para la registración y categorización de los campamentos turísticos o camping de la Provincia de Buenos Aires.

Señala que todo proyecto alcanzado por reglamentación deberá dar cumplimiento a la Ley N° 11.723 debiendo obtener la Declaración de Impacto Ambiental expedida por la Autoridad Ambiental Municipal, a cuyo efecto el interesado presentará un Estudio de Impacto Ambiental.

Cuando en un mismo predio o en forma integrada se presten servicios con características clasificables en distintas modalidades (camping y cabañas), como en los denominados Complejos Turísticos, la Autoridad de Aplicación deberá encuadrar y categorizar las actividades y prestaciones, pudiendo a tal efecto tomar de manera sectorizada las mismas, encuadrando cada cual por separado.

Los establecimientos de campamentos turísticos o camping que integren su oferta con actividades complementarias a las del campamento (náutica, equitación, montañismo, bicicleteadas, caminatas, etc.) tendrán que observar que las mismas sean realizadas conforme a las reglamentaciones que se prevén para su ejercicio, ya sea que éstas se realicen a través de personal propio o por terceros.

3) Ley Provincial de Guías de Turismo N° 12.484 Promulgada por decreto N° 3168/ 2000

Subtema: Guías de Turismo

Crea el Registro Provincial de Guías de Turismo, y reglamenta la actividad,

indicando que Las personas físicas que ejerzan actividades tales como acompañar, orientar o transmitir información a personas en forma individual o grupal, en forma remunerativa, en visitas o excursiones urbanas, locales, zonales dentro del territorio provincial, deberán inscribirse en el Registro Provincial de Guías de Turismo para ejercer su actividad y cumplir con las prescripciones de la presente Ley y su reglamentación.

La ley ordena la creación del Registro Provincial de Guías de Turismo, la que reglamentará la operatoria de matriculación de los interesados; de la misma forma se señalan las condiciones para la inscripción en el Registro.

La inscripción en el Registro conlleva la entrega de una credencial que el guía deberá portar obligatoriamente, en la cual se consignan sus datos, la misma que tendrá una vigencia de 6 años renovables. Se señalan las distintas categorías del Registro; las cuales son: Guía Provincial, Guía Zonal, Guía Local, Guía Calificado, y Guía Puntual.

DECRETO PROVINCIAL N° 1.627/2003. GUÍAS DE TURISMO:

Regula el funcionamiento del Registro Provincial de Guías de Turismo, la inscripción y el ejercicio de la actividad en todas sus categorías en el ámbito de la Provincia de Buenos Aires.

Los aspirantes podrán inscribirse en una o más categorías en la medida que cumplan con los requisitos exigidos por cada una de ellas. El Poder Ejecutivo otorgará al Guía de Turismo habilitado una credencial personal e intransferible; la misma que durante el desarrollo de sus actividades deberá presentar ante la autoridad que la solicite.

Tema: PEQUEÑAS LOCALIDADES BONAERENSES

LEY PROVINCIAL N° 13251/2004. RÉGIMEN DE PROMOCIÓN DE PEQUEÑAS LOCALIDADES BONAERENSES PROMULGADO POR DECRETO 2629/04:

Normativas Complementarias: Decreto N° 1.544 crea la Unidad Ejecutora del Programa de Promoción de pequeñas localidades para la implementación de la Ley N° 13.251.

Tiene por objeto promover el desarrollo de Pequeñas Localidades Bonaerenses mediante la articulación de las diferentes políticas públicas, a través de la formulación de planes estratégicos de desarrollo local para contribuir a su

concreción, en el cual se comprometen tanto La Provincia como los diversos Municipios. Esta Ley tiene como finalidad la articulación de políticas públicas en pos de diversas actividades; asimismo sirve de marco para la aplicación de normativas turísticas, o de diversos programas turísticos.

Tema: INTERÉS TURÍSTICO PROVINCIAL

DECRETO PROVINCIAL N° 6927/87:

Instituye con carácter de Interés Turístico Provincial a eventos que redunden en provecho del desarrollo turístico

Se acuerda la facultad de instituir con el carácter de “Interés Turístico Provincial” a toda actividad, obra, emprendimiento que haga conocer las riquezas y características de la Provincia, su producción, industria, etc., y que de origen a la concurrencia de turistas.

El carácter “...de Interés Turístico Provincial” otorgado, se considerará permanente luego de diez (10) años de la realización del evento. Este carácter implica la autorización de efectuar sucesivamente esa celebración en forma anual, determinando las fechas y sedes en que se realizará dicho evento.

Tema: PAISAJE PROTEGIDO

LEY PROVINCIAL N° 12.704 RÉGIMEN DE LAS ÁREAS DECLARADAS “PAISAJE PROTEGIDO” Y “ESPACIO VERDE” PROMULGADA POR DECRETO 1533/01:

Establece y regula las condiciones para las áreas que sean declaradas “Paisaje Protegido de interés Provincial” o “Espacio Verde de interés Provincial”. La ley tiene como la finalidad la protección y conservación de las áreas denominadas “Paisaje Protegido de Interés Provincial y/o “Espacio Verde de Interés Provincial, denominando como Paisaje Protegido a aquellos ambientes naturales con valor escénico, científico, sociocultural, ecológico u otros, conformados por especies nativas y/o exóticas de la flora y fauna, o recursos ambientales a ser protegidos. Como Espacio Verde de Interés Provincial considera a aquellas áreas urbanas o periurbanas que constituyen espacios abiertos, forestados o no, con fines ambientales, educativos, recreativos, urbanísticos y/o eco-turísticos.

Para que un área sea declarada Paisaje Protegido o Espacio Verde de Interés Provincial, deberá contar con un estudio ambiental previo elevado por cualquier persona física o jurídica, pública o privada y avalado por un profesional quien será

responsable de la veracidad del mismo.

Asimismo, la Ley crea el Registro de Paisajes Protegidos y Espacios Verdes de interés provincial.

Tema: TURISMO RURAL

Como mencionó Del Busto (Op. Cit. 2018) corresponde a la Nación y a las provincias la competencia concurrente para el fomento de la actividad de turismo rural. En tanto que es competencia reservada por las provincias la regulación de aquella.

LEY NACIONAL N° 27.324/2016:

La Ley Nacional N° 27.324 sobre el **régimen de promoción de pueblos rurales turísticos** tiene por objeto “promover el desarrollo sustentable de las actividades turísticas de los pueblos rurales, mediante la implementación de acciones que contribuyan a obtener un mejor aprovechamiento de su potencial”. También define como “pueblo rural” a las comunidades del ambiente agrario o sus inmediaciones que constituyan un espacio no residual, que incluya el ámbito rural disperso y pueblo aglomerado, en relación con la naturaleza del mundo agrario en tanto espacio social, diferenciado, constituido como lugar de vida y de trabajo independientemente de los límites provinciales, departamentales, municipales, o de partidos.

Invita a las provincias a seleccionar pueblos de su jurisdicción que deberán cumplir con las siguientes características:

- Que las autoridades de la comunidad autodefinan al pueblo como pueblo rural, en el marco de lo mencionado precedentemente,
- Poseer algún atractivo para el desarrollo de un proyecto turístico que sirva para complementar rentas y diversificar la base económica del mismo, beneficiando a la población local.

Enuncia los beneficios que los pueblos rurales turísticos podrán tener entre los que se destacan la obtención de financiamiento, inclusión en programas de promoción a nivel nacional, acciones de protección de los recursos.

Las autoridades provinciales, garantizando la participación de instituciones intermedias del sector turístico, comisiones legislativas específicas y autoridades municipales o comunales, presentarán anualmente ante el Consejo Federal de

Turismo la nómina de pueblos que, dentro de su jurisdicción, cumplan con las características antes enunciadas.

Por último, designa como autoridad de aplicación de la Ley Nacional N° 27.324 al entonces Ministerio de Turismo de la Nación.

EL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES:

1) Programa Pueblos Turísticos. Resolución N° 67/2008

La Subsecretaría de Turismo creó el programa Pueblos Turísticos en el año 2008 mediante Resolución N° 67/2008. Se han incorporado 31 pequeñas localidades de menos de 2000 habitantes, pertenecientes a 30 municipios bonaerenses, con el objetivo de promover e incentivar el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles en las pequeñas localidades de la Provincia de Buenos Aires, generando identidad, fuentes de trabajo, recursos genuinos y favoreciendo el arraigo.

Nota: La colonia de Santa María ha sido declarada Pueblo Turístico y forma parte de este programa provincial.

2) Alojamientos de Turismo Rural

La Provincia de Buenos Aires otorga reconocimiento normativo a los alojamientos de turismo rural mediante la **Resolución N° 23/2014**.

En el Art. 4 enuncia todas las tipologías de alojamiento turísticos que contempla, incluyendo el Alojamiento Turístico Rural. Más adelante en el Art. 6 inciso k define que el mismo es aquel que se encuentra ubicado en el ámbito rural que ofrecen programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y disfrute del medio rural.

El Art. 62 hace especial referencia a los servicios específicos del Alojamiento Turístico Rural, donde es importante destacar en el apartado De los Servicios, que los Establecimientos hoteleros Rurales deberán ofrecer al público además del servicio de alojamiento, los desayunos, restaurante con comidas regionales, refrigerio y bar. En el mismo apartado también especifica que deberá ofrecer al menos una actividad relacionada con la actividad primaria y ofrecer en la recepción material de información de productos regionales de la región.

3) Actividades en el entorno rural

Antecedentes Ordenanzas Municipales. Municipio de Tornquist y San

Antonio de Areco

A continuación se citan dos ejemplos de ordenanzas con criterios regulatorios de las actividades turísticas en el entorno rural en el Municipio de Tornquist y San Antonio de Areco, a saber:

Ordenanza Municipal Nº 1515/03 Municipio de Tornquist

Artículo 4º: Las Habilitaciones podrán otorgarse cuando los solicitantes se encuadren en estos requisitos:

- Cuando la actividad turística se desarrolle en la zona denominada como rural por el Plan de Ordenamiento Territorial en vigencia para el Partido de Tornquist.
- Cuando el solicitante de la Habilitación, persona física o jurídica, sea propietario o apoderado legal del establecimiento rural, condición que deberá acreditar al momento de realizar la presentación.
- Cuando el/los solicitante/s acrediten estar al día con el pago de las Tasas y Derechos Municipales que graven la actividad y/o propiedad donde la desarrollen

Artículo 5º: Al momento de presentar la solicitud de Habilitación al D.E., el/los solicitante/s deberán acompañar la siguiente documentación obligatoria:

- Póliza de Seguro y Carta de Cobertura a terceros, la que deberá el solicitante renovar periódicamente y presentar antes de su vencimiento, bajo apercibimiento de dar por revocada la Habilitación en forma automática.
- Detalle de los servicios y/o actividades turísticas que prestará el establecimiento.
- Mapa con detalle de zona geográfica y croquis de instalaciones, que cubra la Póliza de Seguro, con el aval de la Compañía o Entidad Aseguradora.

Ordenanza Municipal Nº 4088/49 Turismo Alternativo. Municipio San Antonio de Areco

Artículo 15º: Para la obtención del permiso se requiere la siguiente documentación:

- Se deberá constituir un domicilio dentro del Partido de San Antonio de

Areco a los efectos de notificaciones, intimaciones y emplazamientos.

- Identificación tributaria (Inscripción en AFIP e Ingresos Brutos).
- Declaración Jurada del espacio público a utilizar, en el caso que corresponda.
- Comprobante del Contrato de Seguro de responsabilidad civil con componente de seguro de vida, accidentes y asistencia médica a favor de cada participante de las actividades, con compañía autorizada por la Superintendencia de Seguros de la Nación.
- Comprobante de inscripción de equipos, rodados y otros medios que fueren necesarios para desarrollar las actividades en las cuales se inscribe, en sus respectivos organismos de competencia.
- En el caso de utilizar animales para su actividad, deberán presentar Libreta Sanitaria de los mismos.
- Certificado de idoneidad otorgado por la Dirección de Turismo de San Antonio de Areco o el organismo que en el futuro la reemplace.
- En todos los casos se deberá abonar y cumplir las obligaciones que surjan de la Ordenanza Fiscal e Impositiva vigente.

MARCO NORMATIVO MUNICIPAL

A partir del relevamiento y sistematización de información se observa la existencia de normativa en el ámbito municipal vinculados al turismo, el patrimonio y los servicios turísticos. También hay varias ordenanzas vinculadas a Medio Ambiente que se detallan en el eje referido a esta temática. A continuación se realiza el análisis de estas disposiciones por tema.

Tema: TURISMO

Ordenanza N° 3893/02 "Declaración sobre el Turismo como actividad de Interés Distrital"

Subtemas: *Gobernanza. Turismo y medio ambiente. Registro de Prestadores Turísticos. Fomento a Inversiones.*

Esta Ordenanza sancionada en el año 2002 declara al turismo como actividad de interés distrital. Entre los temas que aborda se destaca la concepción del turismo

para el distrito, el esquema de gobernanza, turismo y medio ambiente, el registro de prestadores turísticos y el fomento a inversiones. A continuación se analiza cada uno de estos puntos:

Concepción del turismo

Se plasma la intención de posibilitar el acceso a todos los sectores sociales y la reafirmación de la identidad a través del desarrollo integral y sustentable del turismo.

Gobernanza

Como organismo de aplicación se establece la **posible creación de un ente descentralizado**, asignando provisoriamente para esta función a la Dirección de Cultura, Deporte y Turismo. Entre las funciones indicadas en el Art. 6 se citan la planificación, **supervisión y fiscalización de recursos, actividades y servicios turísticos** y **recreativos**. Más allá de las funciones "tradicionalmente" asignadas a los organismos turísticos municipales, se observa la potestad de propiciar **regímenes de estímulo** a través de la eximición de tasas y contribuciones al sector. También se refiere a las **acciones de contralor** para garantizar la debida calidad de servicios turísticos y el resguardo del turista o visitante. *La constitución de un ente descentralizado de gestión podría, eventualmente -previa reglamentación- establecer un fondo propio para ser utilizado para fines específicos (Ejemplo: acciones de contralor, promoción, etcétera).*

Se observa que en gran parte de los municipios la función de supervisión y fiscalización, requiere de la articulación con Inspección General para la optimización de recursos y el aprovechamiento de know-how de esta área. Sería provechoso la conformación de planillas de chequeo para las prestaciones turísticas que incorporen criterios específicos.

Turismo y Medio Ambiente

Otra función del Art. 6 es la preservación de la calidad y uso sustentable de los recursos naturales y urbanísticos que constituyen motivo de uso turístico, recreativo y educacional, asegurando la **evaluación y determinación del impacto ambiental** previa a la ejecución de planes y programas.

En el Art. 9 se hace referencia a la definición por parte de la autoridad de aplicación de normas de tratamiento especial y planes de manejo que garanticen la

preservación del equilibrio ecológico de los recursos naturales y culturales en todas las zonas, áreas, paisajes y espacios turísticos que requieran de protección ambiental.

En el Art. 11 indica que junto a la Secretaría de Obras Públicas evaluarán los proyectos de obra y sus correspondientes estudios de impacto ambiental.

Se destaca la importancia de la evaluación y determinación del impacto ambiental de los recursos turísticos, así como también la aplicación de normas de tratamiento y planes de manejo específicos y el rol asignado a la autoridad de aplicación en esta materia -se observa aquí la necesidad de interacción con otras áreas de gobierno-. Este punto podría ser un antecedente para establecer medidas específicas como la gestión de capacidad de carga para el uso de determinados atractivos / circuitos turísticos y/o el establecimiento de condiciones especiales para el desarrollo de eventos / actividades de terceros para la minimización de impactos ambientales negativos.

Registro de Prestadores Turísticos

Los Prestadores de Servicios Turísticos deben estar inscriptos en este Registro (Art.13). En el Art. 12 se establecen entre las modalidades de alojamiento turístico, aquel prestado por modalidades no tradicionales o complementario (incluyendo extra-hoteler), también incluye las industrias artesanales declaradas de interés turístico municipal, entre otros. Se establece la obligatoriedad de exhibir en su publicidad impresos y demás elementos de promoción, identificación que los acredite como prestadores de servicios turísticos inscriptos (Art.13).

Este antecedente permitiría generar el marco para registrar las casas y departamentos de alquiler turístico, estableciendo un número de identificación para la exhibición en portales online de promoción y reservas. En consonancia con lo establecido en el Art. 6 la Dirección de Turismo puede realizar las acciones de contralor para garantizar la calidad de servicios y el resguardo del visitante además de generar regímenes de estímulo con la generación de tasas diferenciales.

La inclusión de industrias artesanales declaradas de interés turístico municipal así como unidades de campo que brinden servicios turísticos en el Art.12 también podría favorecer el alta de nuevos prestadores vinculados al turismo rural, bajo un registro de actividad que potencialmente podría generar un permiso de

funcionamiento con requisitos menores a los solicitados para una habilitación municipal.

Fomento de inversiones

El Art. 20 indica que se establecerán programas anuales de fomento y desarrollo del turismo, alentando la radicación de inversiones turísticas, la **generación de empleo** y la **protección** y puesta en valor de los recursos que conforman el **patrimonio** turístico del distrito.

Por Art. 21 se crea el Registro de Iniciativas y Proyectos de Inversión Turística, por el cual la autoridad de Aplicación en conjunto con el Comité Asesor evaluarán las propuestas y gestionarán las autorizaciones respectivas en cuanto a las exenciones sobre tributos que grave las inversiones.

Este **Comité Asesor de Turismo y Recreación** es mixto conformado por representantes del Ejecutivo, del HCD y del sector privado (Art. 22). Entre sus funciones se destaca la elaboración de propuestas para el ordenamiento normativo y actualización de la legislación vigente adaptándola a los nuevos requerimientos del mercado

Resulta interesante este instrumento de captación de inversiones. Sin embargo, sería interesante definir regímenes de incentivo, bajo un sistema de puntuación preestablecido. Estos criterios podrían incluir beneficios graduales en función de la contratación de empleo local y la preservación del patrimonio local (ambos mencionados en los fundamentos del Art.20). Podrían incorporarse otros atributos vinculados con la contratación de proveedores locales y el cuidado del medio ambiente. De esta manera se incentivaría que las nuevas inversiones turísticas se articulen sobre un modelo de negocio que contempla el triple impacto. También podría ampliarse este esquema de incentivos a las prestaciones turísticas actuales.

Tema: PATRIMONIO

1) Ordenanza Municipal N° 7627/2021. "Creación de la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico"

Subtemas: *Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico. Inventario de Bienes de Interés Patrimonial. Código de Preservación de Bienes de Interés Patrimonial Inmuebles público y/o privados construidos hasta el año 1960 consulta previa a intervención.*

Esta Ordenanza, recientemente sancionada, crea la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico como cuerpo asesor independiente que articula con el Honorable Concejo Deliberante y el Departamento Ejecutivo (Art. 2), siendo órgano de consulta obligatoria y vinculante en todo lo relativo al Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico del Partido de Coronel Suárez. Entre sus objetivos (Art.3) se destaca promover y solicitar a otros organismos competentes la declaración como bienes de interés patrimonial, de los bienes inmuebles y/o muebles que se estimen como tales.

Tiene a su cargo, entre otras funciones, la actualización de un Inventario de Bienes de Interés Patrimonial de edificios, sitios, conjuntos y monumentos, así como la redacción y aplicación de un Código de Preservación de Bienes de Interés Patrimonial.

Asesora al Municipio y a los propietarios sobre las pautas jurídicas, económicas, técnicas y las que fueren de utilidad, con el objeto de lograr una adecuada preservación de los bienes. Al mismo tiempo promueve medidas tributarias y financieras para aquellas personas e instituciones que conserven, o quieran efectuar tareas tendientes a conservar bienes de interés patrimonial.

También gestiona la cooperación y asesoramiento de las Comisiones Nacional y Provincial de Monumentos, Sitios y Lugares Históricos, organismos gubernamentales y no gubernamentales nacionales y del extranjero y todos aquellos que se consideren convenientes para el logro de los fines descriptos

Esta Comisión se integra por miembros de reparticiones del Departamento Ejecutivo: Obras Públicas, Cultura y Turismo, el HCD - los bloques políticos con representación-, miembros del Colegio de Arquitectos de la Provincia de Buenos Aires, Distrito X y del Colegio de Ingenieros de la Provincia de Buenos Aires, Distrito I, en ambos casos con residencia permanente en el Partido de Coronel Suárez, un miembro en representación de cada uno de los tres Pueblos Alemanes del distrito, con residencia permanente en cada uno de ellos y un representante titular de instituciones que sean invitadas a participar. (Art.4)

En el Art. 7 establece que todo inmueble público y/o privado construido hasta el año 1960, se deberá consultar cualquier tipo de intervención a realizar sobre el mismo en la Oficina de Obras Particulares y aquellos de valor remarcable histórico/artístico/arquitectónico pasarán a evaluación de La Comisión.

Gobernanza



Esta ordenanza sienta las bases para el trabajo público-privado en materia de preservación del patrimonio urbano-arquitectónico del destino. El establecimiento de un Código de Preservación de Bienes de Interés Patrimonial resulta una iniciativa que podría aportar un valor diferencial a la oferta cultural del destino. Asimismo tomando lo expresado en Art.7 un uso posible de estas propiedades podría ser su reconversión a través del turismo como Bed & Breakfast y/o Hotel Boutique. A tal fin podrían generarse esquemas de incentivos fiscales específicos como parte del fomento a inversiones del destino.

2) Bienes histórico, culturales con protección normativa

- **Estaciones de Ferrocarril y puentes sobre nivel dentro del distrito de Coronel Suárez.** Ordenanza N° 5978/14. Sitio Histórico Municipal

El Art. 2 establece informar a Ferrocarriles Argentinos de este instrumento legal, para que se autorice la intervención del Municipio en los mismos, con el fin de realizar refacciones y mejoramientos.

- **Mercado Municipal de las Artes. Coronel Suárez.** Ordenanza N° 1904/85
- **Sede del Banco Nación / Sede del Banco Provincia en la Ciudad de Coronel Suárez.** Ordenanza N° 3999/98
- **Escuela N° 1 "Domingo F. Sarmiento". Coronel Suárez.** Ordenanza N° 5978/14

3) PAISAJE PROTEGIDO. Ordenanza 7549/21

- Balneario Municipal Samuel Davies. Colonia San José
- Sendero Piñeyro. Estación Piñeyro
- Sendero Curamalal. Curamalal
- Balneario El dique. Villa La Arcadia
- Parque Recreativo Huanguelén. Huanguelén

En su Art. 4 establece que las áreas de Paisaje Protegido deberán ser declaradas de acceso público, tendiendo al bienestar común, con el fin de elevar el nivel de vida de la población y a protección del medio ambiente. Las construcciones que se realicen en los Paisajes Protegidos deberán adecuarse armónicamente al entorno y no podrán afectar a las especies vegetales existentes.

El Art. 6 determina la prohibición de actividades tales como: tala de árboles,

caza de especies, circulación de motocicletas, cuatriciclos, encender fogatas en lugares no autorizados y arrojar residuos. Se prevén sanciones, multas, por la violación a estas disposiciones (Art. 9). La fiscalización está a cargo de Inspección Municipal, la patrulla rural y/o la policía comunal (Art. 8).

Más allá de sus implicancias en torno a la preservación ambiental de estas áreas específicas, esta Ordenanza permite generar condiciones que aportan un valor diferencial al destino ligado al turismo en la naturaleza. Sería interesante generar el marco regulatorio para la incorporación la prestación de servicios de actividades en la naturaleza, contemplando la capacidad de carga de estos ambientes y la minimización de impactos ambientales.

4) FESTIVIDADES

Las festividades Strudel Fest y Fullsen Fest, realizadas en las Colonias Alemanas desde 2016 cuentan con declaración de interés local y provincial, adquiriendo la Strudel Fest la Declaratoria de Interés Nacional en 2018.

Strudel Fest

Desde su primera edición en 2016 cuenta con Declaratoria de Interés Municipal. A partir de 2018 en forma consecutiva hasta el 2020 fue declarada de Interés Provincial. La edición 2018 contó además con Declaratoria de Interés Nacional.

Declaraciones

municipales:

Decreto N° 367. "Interés Municipal al 1° Strudel Fest". 1° de marzo de 2016.
Decreto N° 438. "Interés Municipal al 2° Strudel Fest". 22 de febrero de 2017.
Decreto N° 428. "Interés Municipal al 4° Strudel Fest". 20 de febrero de 2019.

Declaraciones

provinciales:

Resolución N° 5. "Interés Provincial al 3° Strudel Fest". 01 de marzo de 2018.
RESOL-2019-36-GDEBA-SSTMPGP. "Interés Provincial al 4° Strudel Fest". 21 de febrero de 2019.
Decreto N° 272/17 E. "Interés Provincial al 5° Strudel Fest". 06 de marzo de 2020.

Declaraciones

nacionales:

RESOL-2018-43-APN-SECT#MTU. "Interés Nacional al 3° Strudel Fest". 22 de febrero de 2018.

Füllsen Fest

Su 2º edición, en 2017, contó con Declaratoria de Interés Turístico Provincial.

Resolución N° 217. "Declaración de Interés Turístico Provincial al 2º Füllsen Fest". 31 de agosto de 2017.

Tema: SERVICIOS TURÍSTICOS

1) Ordenanza Municipal N° 4404. "Construcción, reglamento y habilitación Complejos de Cabañas en Villa La Arcadia". 20 de diciembre de 2006.

Subtema: Cabañas en Villa La Arcadia

De acuerdo a esta ordenanza se entiende por complejos turísticos de cabañas aquellos establecimientos con un **mínimo de dos unidades locativas** que integran una unidad de administración y explotación común en la que se presta a turistas el servicio de alojamiento y demás servicios (Art. 2 y 3).

Se establecen condiciones de superficie, FOT, FOS y retiros (Art. 5 y 6), equipamiento general e instalaciones de seguridad (Art. 16).

Por Art. 8 se dispone como capacidad mínima de cada cabaña: 4 plazas o personas. *Resulta curioso el establecimiento del mínimo de 4 plazas por unidad, desalentando la inversión de cabañas para el segmento parejas.*

Se crea el Registro Municipal de Complejos Turísticos de Cabañas y un Registro de Categorización, a posteriori del otorgamiento de habilitación (Art. 17). El Departamento Ejecutivo determinará el órgano encargado del contralor para el cumplimiento de esta normativa y para realizar las inspecciones (Art. 18). *No se observa en el texto las condiciones de categorización ni la existencia de planilla de registro para inspecciones, podría generarse un anexo.*

De acuerdo al Art.19 todos los complejos turísticos de cabañas habilitados por la Municipalidad de Coronel Suárez, deberán exhibir perfectamente visible en su entrada principal y sector de Administración-Recepción, la leyenda "Complejo Turístico de Cabañas"- Registro Municipal N° (el que corresponda), según ordenanza N° (el que corresponda). Similar leyenda estará en facturas, sobres y papelería en general. *Este último requisito podría extenderse para los canales de promoción y reserva online. Esto sería útil a efectos de poner en evidencia aquellos establecimientos irregulares en la realización de campañas hacia los turistas de "contrate servicios habilitados" desde el Municipio.*

Se observan en esta normativa algunos criterios que buscan lograr armonía

con el entorno circundante como el Art. 15 donde se señala deberá tener un cerramiento - - limítrofe de cercos vivos de no más de un metro y/o empalizadas de madera o el Art. 12 que establece que las cabañas deberán tener una separación entre sí mínima de 6 metros.

No se observa la existencia de normativa referida a las condiciones de habilitación de alojamiento y/u otros servicios turísticos en el distrito de Coronel Suárez. Tampoco de regímenes de incentivo para ampliaciones o mejoras en la oferta de servicios existentes lo cual para elevar los estándares de servicio.

En relación a la oferta de cabañas y/u otros servicios irregulares se observa la oportunidad de implementar esquemas de regularización flexibles como el otorgamiento de permisos de funcionamiento provisorios sujetos al cumplimiento / ajuste a las condiciones de habilitación en el plazo de uno o dos años, por ejemplo.

2) Ordenanza Municipal N° 7515. "Eximición de uso de espacios públicos y de la Tasa de Seguridad e Higiene referidas a actividades turísticas (por emergencia sanitaria, hasta diciembre 2021)". 10 de junio de 2021

Subtema: Emergencia Sanitaria. Uso de espacios públicos. Gastronomía. Eximición Tasa de Inspección de Seguridad de Higiene. Hoteles, Apart y cabañas. Servicio de Transporte de Pasajeros. Agencias de Viaje.

El Art. 4 faculta al Departamento Ejecutivo para que en el marco de la emergencia sanitaria, prorrogue hasta diciembre 2021 las eximiciones por derechos de ocupación o uso de espacios públicos, amplíe la cantidad de cuotas a eximir de la tasa por Inspección de Seguridad e Higiene establecidas en el artículo 11º de la Ordenanza Impositiva N° 7443/21, referidas a las actividades de Restaurantes, Parrillas, Agencias de Viaje, Servicios de transporte de pasajeros, Hoteles, Apart hoteles y cabañas; y en el artículo 1º de la Ordenanza N° 7402/20 respecto a las actividades encuadradas en la categoría I (Actividades deportivas, gimnasios y complejos de canchas).

4.3.6 CORONEL SUÁREZ EN LA REGIÓN

LA REGIÓN SUDOESTE Y EL TURISMO

La región se encuentra ubicada, como su nombre lo indica, en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires. Definida como la sexta sección electoral, se encuentra compuesta por 22 municipios, ocupando una superficie total de 102.011 km².

Tal como se menciona en el Plan de Turismo de la Región Sudoeste Bonaerense (2020), comparado con el resto de la provincia de Buenos Aires, se destaca que el sudoeste es:

- El primero en superficie con el 33,1% del total;
- El tercero, si se tienen en cuenta la cantidad de municipios que lo integran (22);
- El cuarto en cantidad de habitantes (4,7%) y,
- El segundo en plazas hoteleras (10,8%), duplicando casi al tercero (5,8%), pero muy lejos del primero representado por la quinta sección electoral (71,5%) compuesta por la mayoría de los municipios que integran la costa bonaerense, como General Pueyrredón (Mar del Plata), La Costa, Villa Gesell y Pinamar, entre otros.

A su vez, según la regionalización de la provincia de Buenos Aires de acuerdo a los polos del Consejo Provincial de Turismo (COPROTUR) parte de la zona pertenece al Polo 5. Los municipios que lo componen son los siguientes:

POLO 5: Adolfo Alsina, Bahía Blanca, Coronel Dorrego, Coronel Pringles, Coronel Rosales, **Coronel Suárez**, Guaminí, Monte Hermoso, Patagones, Puan, Saavedra, Tornquist, Villarino.

La región del sudoeste bonaerense contiene una infraestructura vial que la conecta tanto en su interior como con el resto del país, a través de rutas nacionales y provinciales.

Asimismo, cuenta con una red ferroviaria, que desde Bahía Blanca se traslada, tres veces por semana, hacia las localidades de Tornquist, Saavedra, Pigüé, Coronel Suárez, General La Madrid, Olavarría, Azul, Las Flores, Monte Grande, hasta la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y viceversa. Incluso, a través del Corredor Atlántico, se conecta por medio aéreo la ciudad de Bahía Blanca con las ciudades de Buenos Aires, Mar del Plata, Trelew, Comodoro Rivadavia y Ushuaia.



Figura Nº 38 . Región Sudoeste

Fuente: <https://www.bahia.gob.ar/disfruta/region/>

Esta región es un destino turístico privilegiado por sus diferentes paisajes e imponente geografía, cientos de kilómetros de playas sobre el Océano Atlántico, ciudades, campos, cascos de estancias con historia y tradición criolla, lagunas, ríos invitan a la pesca, un sistema serrano como escenario ideal para el deporte y la aventura, el descanso y terapias naturales en los destinos termales.

Todos los municipios que conforman este polo presentan recursos y atractivos turísticos naturales y culturales, materiales e inmateriales, algunos de mayor relevancia que otros.

Por su parte, tanto el Plan de Turismo de la Región Sudoeste Bonaerense (2020) y el Plan de Turismo Rural y Periurbano (2021) hacen referencia a dos aspectos:

1. La diferencia en el grado de desarrollo turístico (característica que se reconocen así mismos), entre los destinos emergentes y los consolidados.

2. La heterogeneidad de sus atractivos turísticos que se suceden entre establecimientos rurales, reservas naturales; museos; iglesias; obras de patrimonio arquitectónico; sitios históricos y monumentos naturales; fortines; pulperías; fiestas regionales gastronómicas y folclóricas; campos de golf y de polo; mar, termas y una serie de lagunas, sierras, abras naturales y arroyos, cuevas, grutas y pinturas rupestres, un paisaje cambiante que invita en algunos casos a la acción, y en otros al descanso y a la contemplación al aire libre.

Todos los partidos poseen un valioso patrimonio cultural tangible como edificios, hasta lo intangible representado por las fiestas populares identitarias. Incluso en referencia a la cultura es importante la cantidad y diversidad de acontecimientos programados celebrados a lo largo del año en cada uno de ellos, ya que revelan tradiciones e identidad a través reforzando su sentimiento de pertenencia.

La región posee fuerte impronta de turismo de naturaleza, se destaca que cuenta con áreas naturales protegidas por el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS). Tales como el Parque Provincial Ernesto Tornquist, la Reserva Natural de Sierras Grandes (municipio de Tornquist), la Reserva Natural Bahía Blanca, Bahía Falsa y Bahía Verde que comprende a los municipios de Coronel Rosales, Bahía Blanca y Villarino. Asimismo, la Reserva Natural Provincial Pehuen C -Monte Hermoso, representa un hallazgo de huellas prehistóricas únicas en el mundo, tal como indica el Plan de Turismo Rural y Periurbano (2021).

En cuanto al turismo gastronómico, se destaca el proyecto de la Ruta Turística de la Miel Pampeana (2014), donde los municipios participantes son Azul, Coronel Dorrego, Coronel Pringles, Coronel Suárez, Olavarría, Saavedra y Tres Arroyos. Algunos de los objetivos de dicho proyecto son:

- La revalorización de las actividades que se desarrollan en el medio rural, promoviendo sus costumbres y productos agroalimentarios, a partir de la temática de la miel.
- Potenciar el turismo de la región, fortalecer las propuestas particulares de cada destino y favorecer la cooperación territorial entre los sectores agroalimentario y turístico.
- Promover la miel y sus derivados así como otros productos autóctonos de calidad mediante la configuración de una serie de itinerarios, impulsando estrategias de intercambio y cooperación conjuntas que favorezcan la potenciación de productos agroalimentarios.

- Obtención de un mayor valor añadido en la oferta de los establecimientos turísticos a través de la degustación de productos autóctonos que están vinculados a la zona geográfica de producción.
- Movilizar y poner en valor el conjunto de los recursos locales del territorio con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales.

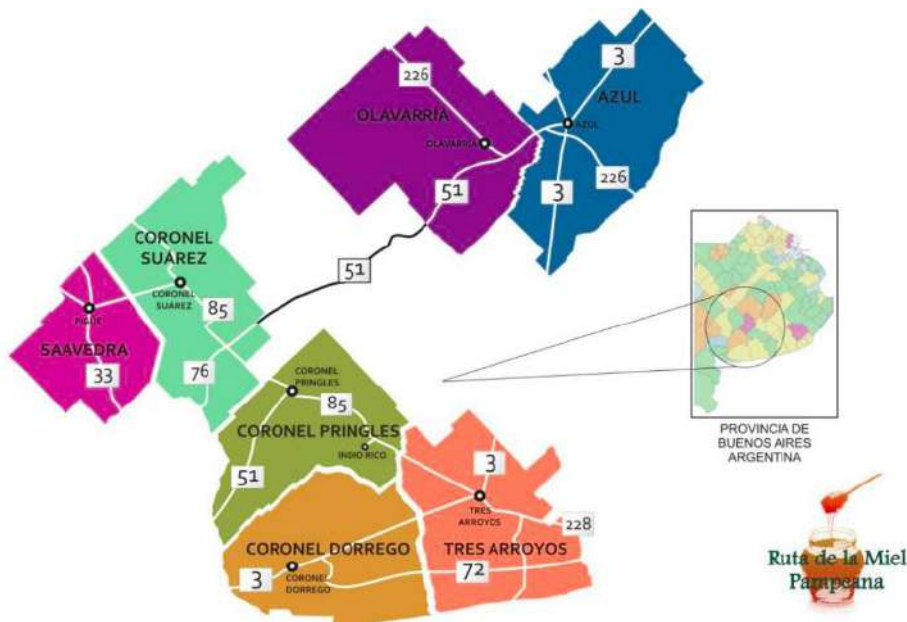


Figura Nº 39. Ruta de la miel pampeana

Fuente: Proyecto Ruta de la Miel Pampeana

Lo que hace singular y atractiva a la región del sudoeste bonaerense es la existencia de la “Red de Turismo Rural de Buenos Aires”, la cual está integrada por pequeños productores agropecuarios y prestadores de servicios turísticos que ofrecen propuestas de turismo rural atendidas por sus propios dueños, enmarcados institucionalmente por el INTA y el Programa CAMBIO RURAL del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.

Tal como mencionan Colonnella - Hagg en “Turismo Rural y Asociativismo. La experiencia de la Red de Turismo Rural centro sur de la provincia de Buenos Aires.”, este espacio regional posee un significativo posicionamiento, ya que concentra el mayor número de grupos de turismo rural de todos los Centros Regionales del país. En el año 2008 se generó la Red de Turismo Rural del centro y sur de la Provincia de

Buenos Aires, que nuclea a 70 familias, donde el asociativismo, la cooperación, la asistencia técnica y capacitación se enlazan con el propósito de fortalecer y difundir las propuestas de turismo rural como diversificación de la actividad primaria.

Al mismo tiempo, las acciones llevadas a cabo por la Red se desarrollan atendiendo los principios rectores de la Ley Nacional de Turismo N°25.997 y la Ley Provincial de Turismo N°14.209 y en base a los lineamientos de la política pública del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, entendiendo al turismo como una herramienta fundamental para el desarrollo económico productivo local: un turismo armónico con la naturaleza, con la conservación y puesta en valor del patrimonio natural, cultural y económico de las comunidades, que colabora con el fortalecimiento de las economías regionales y promueve el crecimiento del sector productivo, garantizando condiciones justas y equitativas de acceso al turismo. Aquí es visible la inclusión de jóvenes y mujeres en el desarrollo territorial. En el 60% de los casos son mujeres quienes llevan adelante la unidad de negocios de turismo rural dentro de sus emprendimientos.

Para concluir esta parte, se observa que la región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires ofrece una diversidad de paisajes que atrae a los viajeros para disfrutar del descanso, la aventura, la naturaleza, el campo, la cultura y el placer a través de ríos y lagunas, playas y sierras, ciudades y pueblos, termas y campo, que forman un conjunto de opciones turísticas para disfrutar todo el año.

CORONEL SUÁREZ Y EL TURISMO

Este partido conjuga historia, turismo rural, deportes, arroyos y bellezas serranas. La ciudad de Suárez, se ubica en el centro-sur de la Provincia de Buenos Aires, a 95 km de Sierra de la Ventana, a 181 km de Bahía Blanca y a unos 540 km de la ciudad de Buenos Aires.

Para acceder a la misma se puede tomar la Ruta Nacional N°33, la Ruta Provincial N° 65 y/o la Ruta Provincial N°85 dependiendo el origen. También se puede llegar por tren, con el servicio Constitución - Bahía Blanca funciona tres veces por semana.

En cuanto a conectividad se destaca la cercanía con Bahía Blanca ya que cuenta con puerto y aeropuerto, lo que beneficia la llegada de turistas de otras provincias.

De acuerdo al Plan de Turismo de la Región Sudoeste Bonaerense (2020), Coronel Suárez se enmarca en el producto turístico “Naturaleza y Aventura”, está

representado principalmente por el paisaje serrano que permite el contacto con la naturaleza y la práctica de deporte al aire libre. Como subgrupo dentro de este producto se puede mencionar al turismo rural, representado por importantes estancias que abren sus puertas para el desarrollo de esta actividad.

Coronel Suárez es conocida como la “capital del polo”, esto le da reconocimiento deportivo nacional e internacional, ya que es la cuna de uno de los clubes más consagrados en todo el mundo, el “Coronel Suárez Polo Club”. Han logrado numerosos trofeos nacionales e internacionales representando al país. El equipo competitivo de los grandes torneos fue el primero en toda la historia del Polo Mundial que llegó a tener 40 goles de valorización. El mejor jugador fue Juan Carlos Harriot que por sus triunfos recibió 5 veces el Olimpia de Plata y uno de Oro, y siempre jugó por Coronel Suárez.

En este partido, se realiza uno de los torneos internacionales más importante del país, con la participación especial de más de 16 equipos de mayores y otros equipos juveniles. Para aquellos turistas aficionados a este deporte, existe la posibilidad de aprender o mejorar su juego durante la estadía en los clubes.

El polo es considerado uno de los deportes más representativos de Argentina, y atrae desde esta localidad hacia su práctica o contemplación.

Por otro lado, los pueblos alemanes del Volga -son 3 en Coronel Suárez- donde viven los descendientes de aquellos primeros alemanes que llegaron a Argentina a fines del siglo XVIII después de vivir en Rusia, cerca del río Volga (de ahí su nombre).

- Colonia Santa Trinidad o Colonia Uno, conserva el trazado urbano con pautas culturales propias del Valle del Volga en Rusia. Algunos de sus lugares de interés turístico son: el Cristo Redentor, obra del catalán Antonio Bagué, la Avenida Libertad popularmente llamada “la calle ancha”, donde se encuentran las instituciones, viviendas típicas y monumentos. Allí se celebra la Die Volga Fest.
- Colonia San José o Colonia Dos, tiene como atractivo principal la Parroquia San José Obrero y es reconocida por la tradicional fiesta Schlachtfest, o Fiesta de la Carneada, que se realiza cada mes de julio con una gran cena típica alemana con música y baile, como también por la Füllsen Fest.
- Colonia Santa María o Colonia Tres, tiene como atractivos la Gruta Nuestra Señora de Fátima, la Iglesia Natividad de María, y el Museo Parque la

Palmera. Es la más conocida de las tres por la Strudel Fest que se realiza en marzo.

Asimismo, todos los años cada una celebra su fiesta Kerb, es decir, la fiesta de su Santo Patrono. Cabe destacar que se encuentran a pocos kilómetros de la ciudad cabecera. Estos pueblos son dueños de un singular patrimonio que apuesta al valor cultural, social, arquitectónico y gastronómico a través de sus genuinas tradiciones y coloridas celebraciones.

En el punto más austral del partido (a 100 km de distancia) se encuentra una pequeña localidad vecina a la Comarca Serrana, se trata de Villa La Arcadia, sobre la margen oriental del río Sauce Grande funciona como límite natural entre Coronel Suárez y Sierra de la Ventana, Tornquist. Se comunican por dos puentes: uno carretero (Puente Don Segundo Pambianco) y otro ferroviario del ramal Roca (Puente Negro); también se puede cruzar a pie de una a otra localidad a través de un pequeño dique.

Ambas localidades se encuentran en un valle entre los cordones Ventana y Pillahuincó, más próximas a este último, sobre la falda de los cerros Ceferino (también conocido como Cerro del Amor) y Pillahuincó, del sistema serrano de Ventania. Además del Sauce Grande, el otro curso de agua que atraviesa la localidad es el arroyo Negro, ambos confluyen entre sí a escasos metros de la villa.

Villa La Arcadia ubicada en el corazón de las sierras, con sus calles arboladas, hermosas casonas de diferentes estilos arquitectónicos y puentes ferroviarios que son fabulosas obras de ingeniería inglesa se traducen en aromas y colores de una naturaleza que sorprende.

En cuanto al turismo rural en Coronel Suárez, desde el año 2004 funciona la primera experiencia asociativa de la provincia a través del Programa de Cambio Rural. El Grupo “Las Cortaderas” fue pionero en la región y referente de otros grupos de turismo rural.

De acuerdo al INTA (2019), seis productores de la localidad de Coronel Suárez decidieron agruparse con el objetivo de desarrollar una alternativa a la actividad agropecuaria que hasta el momento era su principal fuente de ingresos. De esta manera, al diversificar la producción a través del agregado de valor a sus productos y la creación de servicios turísticos, lograron aumentar su capacidad productiva, económica, social y cultural. Se organizaron para ofrecer actividades y servicios

diversos y complementarios: visitas guiadas, alojamiento, visitas educativas, visita a emprendimientos productivos y culturales y una amplia gastronomía local y regional.

Este grupo de emprendedores, desde entonces ha obtenido grandes logros: organización de muestras y excursiones, participación activa en reuniones especializadas, encuentros nacionales y Workshop de Turismo Rural. Además, han realizado distintas acciones de promoción y difusión a través de medios televisivos, gráficos, radiales y digitales que favorecieron y ampliaron su horizonte comercial.

En resumen, Coronel Suárez la “capital del polo” se destaca por sus atractivos naturales y culturales desde los pueblos alemanes, con sus típicas fiestas y gastronomía; Villa La Arcadia con su paisaje ideal para disfrutar del contacto con la naturaleza; las familias rurales que comparten con los visitantes su vida cotidiana, sus tradiciones, su entorno; como también por ser parte de la ruta de la miel, sus parajes rurales, entre otros.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

En principio, la Región Sudoeste tiene recursos numerosos de distintos grados de desarrollo con una alta complementariedad que se potencian entre sí.

De esta manera, se observa que Coronel Suárez tiene la oportunidad de fortalecer su posicionamiento como destino base para recorrer otros atractivos de la región y/o bien -teniendo en cuenta los antecedentes de integración con otros municipios- el desarrollo de propuestas que combinen estadías en distintos destinos del Sudoeste Bonaerense.

Se destaca la oferta de turismo de naturaleza, cultural y rural ya que dichas modalidades están vinculadas a proteger los recursos naturales y culturales, favorece al mantenimiento de paisajes y de la biodiversidad territorial, es una alternativa al turismo de masas caracterizándose por su baja escala y la atención personalizada que brinda oportunidades de empleo para los residentes locales, especialmente para jóvenes y mujeres y genera arraigo.

4.3.7 DIMENSIÓN TURÍSTICA

ANTECEDENTES

La dirección de Turismo de Coronel Suárez comienza a funcionar de manera autónoma en 2004, dependiendo de la Secretaría de Producción. Previamente funcionaba de manera conjunta con Deportes y Medio Ambiente (2001).

“Se creó con el objetivo de desarrollar la actividad turística en el distrito, sobre todo la deportiva, teniendo en cuenta que Coronel Suárez era la Capital del Polo. También las tradiciones de los Alemanes del Volga”. Fuente: Presentación de la Dirección De Turismo 2004.



Figura N° 40. Dirección de turismo

Fuente: Presentación de la Dirección De Turismo de Coronel Suárez (2004)

Durante el año 2014/2015 la Secretaría de Producción en conjunto con el COPRODESU, trabajaron la interacción público - privada. Para ello se desarrollaron diferentes mesas de trabajo sectoriales: agrícola-ganadera, industria, comercio y turismo, con el fin de trabajar las diferentes problemáticas y planificar acciones de desarrollo.

También se comenzó a trabajar en conjunto con los Ministerios Provinciales y Nacionales en pos de obtener herramientas teóricas y económicas para poner a disposición del empresariado y las empresas locales.

SUBDIRECCIÓN DE TURISMO

Actualmente Coronel Suárez cuenta con una Subdirección de Turismo, a cargo de Sofía Gerk dependiente del área de Gobierno y Seguridad desde el año 2019.

La misma cuenta con dos centros de información al turista localizados en Coronel Suárez y Villa La Arcadia, esta última inaugurada en el año 2020.

Esta área tiene como función:

- Informar tanto a vecinos y a visitantes sobre los atractivos y prestadores de servicios que ofrece Coronel Suárez.

- Comunicación con prestadores del sector para informar sobre líneas de financiamiento, información de interés al sector, planes, programas, entre otros.
- Convocatoria a prestadores para capacitaciones y presentaciones.
- Seguimiento y asesoramiento sobre trámites de habilitación.
- Difusión de eventos y fiestas locales a través de las redes sociales de turismo de Coronel Suárez.
- Articulación con la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, tanto para actualización de la oferta turística en portales como para bajar a territorio los distintos programas que brinda la provincia.
- Llevar adelante actividades recreativas que surgen de los propios objetivos del área, tales como, bicicleadas, puesta en valor de senderos y biodiversidad local, recorrido de avistaje de aves y flora autóctona
- Organizar charlas a emprendedores y articulación con distintas instituciones.
- Trabajar articuladamente con los municipios cercanos, en pos de difundir la región con toda su oferta complementada.



Figura Nº 41. Logo Suárez Turismo

Fuente: Subdirección De Turismo de Coronel Suárez

ACCIONES REALIZADAS

Se detallan a continuación diferentes acciones realizadas por la Subdirección de Turismo en cuanto a promoción y desarrollo del destino:

- **Turismo en dos ruedas**

Se llevaron adelante diferentes bicicleteadas con destino a Curamalal, Piñeyro y Quiñihual con el propósito de seguir visibilizando el turismo rural y los pueblos, cada una contaba con una parada en establecimientos típicos de la zona.

También se organizó “Un paisaje, dos distritos” en conjunto con el área de turismo de Coronel Pringles, con el objetivo de poner en valor el paisaje rural, se recorrieron caminos vecinales del interior de ambos distritos, finalizando con un almuerzo campestre en un almacén de ramos generales.

- **Adhesión al programa “Destinos de Calidad y Sostenibles”**

A cargo del Departamento de Calidad Turística, de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. En este trabajo se busca impulsar una política ambiental en relación al turismo en el distrito. (Ver en “Dimensión Ambiental”)

- **Adhesión al programa ReCreo**

Se trata de un programa perteneciente a la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. El objetivo es potenciar y promover las actividades culturales y turísticas de todos los municipios de la provincia.

- **Coordinación de visitas en conjunto con Agencias de Viajes**

Visitas de contingentes de turistas para recorrer la ciudad y los pueblos alemanes, conocer la historia y el patrimonio, la gastronomía local acompañados de un guía local.

- **Declaración de espacios naturales como “Paisajes Protegidos”**

Impulsado por las subdirecciones de Ambiente y Turismo busca proteger el entorno natural, su biodiversidad y así ponerlo en valor, cuidándolo y conociendo más del ecosistema. De esta manera queda prohibido la tala de árboles, la disposición de residuos y contaminación de los espacios, la realización de fogatas en lugares no habilitados, entre otros.



Figura N° 42. Paisaje protegido

Fuente: Instagram Suárez Turismo

- **Jornada de “Turismo Astronómico”**

Una experiencia organizada por la subdirección de Turismo de Coronel Suárez en el arroyo Cura Malal para que vecinos y turistas puedan disfrutar de una jornada diferente.

- **Presentación del libro “Desconocida Buenos Aires: escapadas soñadas”**

Leandro Vesco, -el autor- en sus libros cuenta más de 25 historias de Coronel Suárez definiéndolo como “un distrito rico en historia, en paisaje y sobre todo en el valor humano de su gente”. A partir de sus libros, visibiliza una región que muchas veces es “desconocida”.

- **Conversatorios**

Orientado a docentes y futuros docentes con el propósito de intercambiar experiencias, brindar herramientas para que se puedan aplicar en el aula haciendo hincapié en la revalorización de los recursos del distrito, tanto ambientales como turísticos; poniendo en evidencia la importancia de abordar dentro del aula y de forma interdisciplinar las temáticas considerando a los estudiantes como agentes de cambio dentro de la sociedad. Las temáticas abordadas fueron:

- Turismo Cultural y problemáticas Ambientales
- Educación Ambiental y Turística
- Turismo Rural Local y Pastizal pampeano
- **Taller de cocina alemana**

Organizado por Fundación Raíces en conjunto con el área de Turismo del Municipio. Los participantes, aprendieron la receta de dos comidas típicas: los kreppel y frosch kreppel, que fueron preparadas en el momento, degustadas, generándose, además, un atractivo intercambio de experiencias, recetas y recuerdos; historia viva transmitida de generación en generación.

- **Actividades por el mes de la agroecología**

En conjunto las subdirecciones de Ambiente y Turismo llevaron adelante una actividad que involucró al emprendimiento “Rama Negra” en donde se realizó una visita y caminata con avistaje de aves y reconocimiento de flora autóctona.

- **Charlas y capacitaciones**

Se dictaron diferentes talleres, entre las mismas, a mujeres de la comunidad de Pueblo Santa María que elaboran alimentos en sus hogares sobre la ordenanza de pequeñas unidades productivas alimentarias (PUPA); capacitación virtual en herramientas de Marketing Digital para prestadores turísticos, gastronómicos, guías, empresas de viaje, emprendedores, etc. esta última en conjunto con la Universidad Provincial del Sudoeste.

- **Acompañamiento en festividades típicas**

El área de turismo acompaña de diversas maneras en las festividades de los pueblos alemanes, tales como la Strudel y Fullsen Fest.

- **“Relatos de Mujeres Viajeras”**

En el marco del mes de la Mujer, se invitó a las mujeres del distrito a relatar sus aventuras, situaciones e historias que hayan vivido, ya sea de manera individual o colectiva.

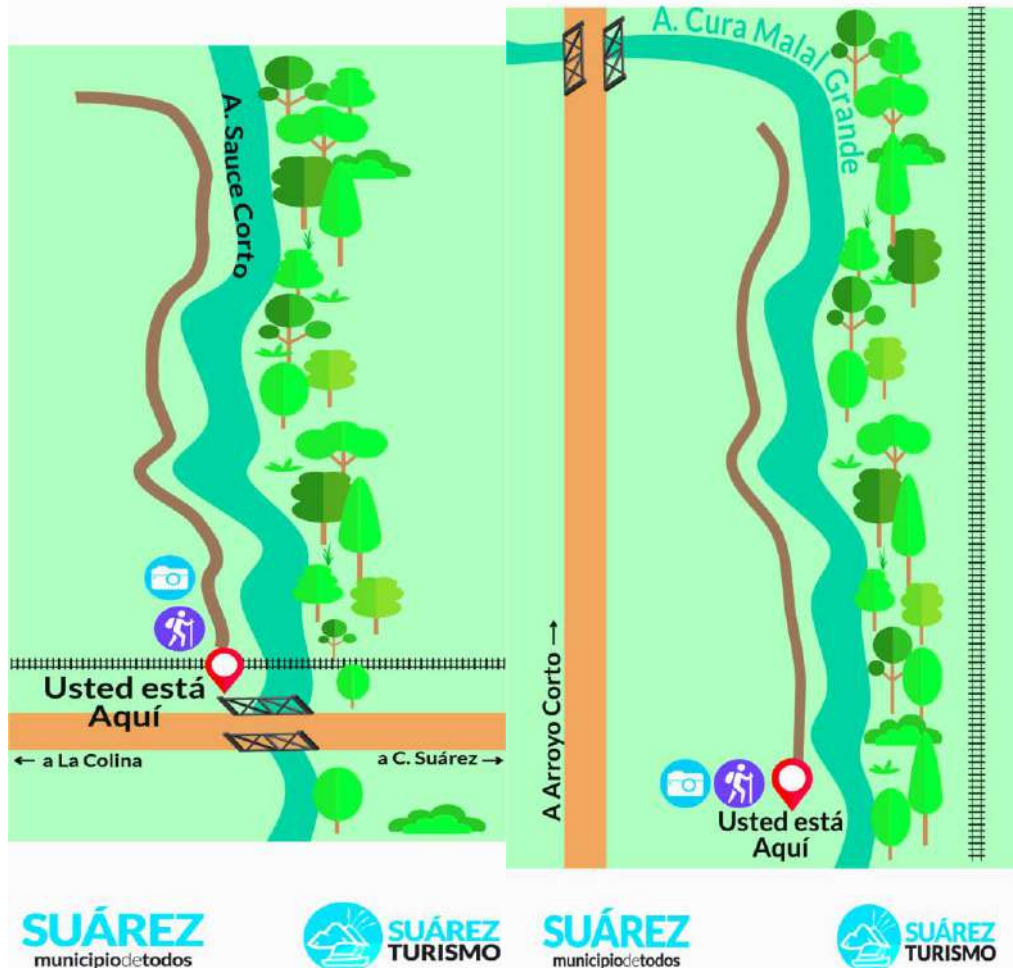
- **Inauguración de circuitos turísticos**

En Villa la Arcadia el “Circuito Peralta Bonete”, en Cura Malal, Piñeyro y balneario Municipal “Samuel Davies”, donde se colocó cartelería informativa para poner en valor la flora autóctona del pastizal pampeano en algunos de los senderos se colocaron fogones, mesas y bancos para brindar equipamiento y así mejorar la calidad de los servicios, en un trabajo articulado con la Subdirección de Ambiente. El objetivo de la puesta en valor de los mismos, fue acondicionarlos para el disfrute de los propios residentes en principio y ampliar la oferta de propuestas naturales cercanas a la ciudad cabecera, la mayoría se ubican a la vera de arroyos, con frondosos bosques, en un entorno natural. A su vez, está vinculado a la valorización, reconocimiento y protección de la flora autóctona y biodiversidad del ecosistema. También se proyecta que dichos espacios sean usados con fines educativos y que las instituciones educativas encuentren allí un espacio para sus salidas educativas.

Se proyecta, poner en valor dos circuitos rurales, con parajes y estaciones de tren de la línea Rosario/Bahía Blanca, y que a su vez atraviesan pequeños poblados rurales, con caminos vecinales, muchos elegidos por ciclistas para recorrerlos.

Sendero “Piñeyro”
300 mts.
Dificultad: baja

Sendero “El Caminante”
200 mts.
Dificultad: baja



SUÁREZ
municipiodetodos

SUÁREZ
TURISMO

SUÁREZ
municipiodetodos

SUÁREZ
TURISMO

Figura Nº 43-44. Cartelería de senderos

Fuente: Subdirección de Turismo de Coronel Suárez

Cabe mencionar que esta última gestión asumió en diciembre del 2019, meses antes del inicio de la pandemia producto del covid-19.

A continuación se detallan las medidas tomadas para paliar los efectos económicos de la misma, Coronel Suárez incorporó varios programas nacionales y provinciales, a saber:

- **Catálogo turístico y cultural de la provincia de Buenos Aires.**

La inscripción e incorporación al Catálogo Turístico y Cultural permitió acceder al Fondo Municipal para la Cultura y el Turismo, que forma parte del programa provincial ASAP (Asistencia Financiera a los Sectores Afectados por la Pandemia).

Fuente: <https://www.coronelsuarez.gob.ar/catalogo-turistico-y-cultural-de-la-provincia-de-buenos-aires-se-entregaron-fondos-por-un-total-2-650-000-para-todo-el-distrito/>

- **Programa PreViaje**

Este programa de preventa turística es impulsado por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación con el objetivo de incentivar el consumo. Se brindaron charlas informativas sobre su uso y beneficio a agencias de viajes, hoteles y gastronómicos de toda la región del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires.

- **Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos (APTur)**

Con el objetivo de sostener económicamente a las Pymes que se vieron afectadas por la pandemia, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación brindó un Fondo de Auxilio para prestadores turísticos.

- **Historias Bonaerenses**

Fue un programa impulsado por el Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Buenos Aires, a través de la Subsecretaría de Turismo. La misma convocaba a pequeños establecimientos turísticos a contar historias y anécdotas de sus municipios, con el objetivo de poner en valor el patrimonio e idiosincrasia de los destinos bonaerenses.

En el caso de Coronel Suárez las historias seleccionadas fueron las de los establecimientos La Tranca e Isidoro Espacio de Arte.

- **Red Argentina de Destinos turísticos Inteligentes**

En el marco del aislamiento social obligatorio y preventivo se conformó la red con 135 municipios y localidades de la provincia de Buenos Aires con el objetivo de avanzar en estrategias conjuntas para generar destinos turísticos innovadores, sostenidos en el tiempo con una infraestructura tecnológica para generar acciones de promoción turística.

- **Convenios regionales**

Para reactivar la circulación entre municipios se firmó un convenio de reciprocidad que permitía que tanto vecinos de Tornquist como de Coronel Suárez circulen entre ambos distritos.

- **Encuestas para la generación de estrategias**

Desde la subdirección de Turismo del Municipio junto a la Universidad Nacional del Sur de Bahía Blanca y el CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades académicas relacionadas con la enseñanza del Turismo) se realizaron encuestas anónimas a la comunidad con el fin de buscar estrategias de cara al nuevo paradigma que se abre en torno a la pandemia.



4.4 ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS FODA

Tabla N° 31. Análisis FODA de Coronel Suárez

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
AT R	<p>Presencia de atractivos diferenciadores en relación a los productos de:</p> <p>Turismo rural:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pueblos rurales y parajes, cada uno con particularidades (Por ejemplo, Huanguelén reconocido por su vínculo con José Larralde, o Piñeyro por la influencia del Club Piñeyro). -Apertura de establecimientos rurales al turismo (Grupo Cortaderas - INTA) y creciente oferta de establecimientos productivos y talleres de artesanos que podrían encontrar en el turismo una vidriera y una posibilidad de ingreso complementario, como la Estancia “El Pantanoso” - Lavandas de las Sierras <p>Turismo cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Patrimonio arquitectónico y cultural -Historias en torno a la masonería en la Biblioteca Popular Sarmiento. -Presencia de Colonias Alemanas en las cercanías de Coronel Suárez, que lo convierte en referente en la provincia de Buenos Aires de la cultura de los Alemanes del Volga. -Cultura viva presente en fiestas y gastronomía. Las festividades están ligadas 	<p>Hace falta un sistema integral de señalética para atractivos y circuitos.</p> <p>Al no haber un flujo regular de turistas, algunos lugares se encuentran cerrados al momento de la llegada de los mismos.</p> <p>A pesar de contar con el espacio y el reconocimiento, al momento no se encuentran actividades turísticas relacionadas con el polo.</p> <p>A pesar de contar con algunos museos, no existe actualmente un Museo Histórico Cultural de todo el Partido de Coronel Suárez, ni un Museo de Arte Contemporáneo.</p> <p>Existe un Archivo Histórico vinculado a las Colonias Alemanas pero al momento no está aprovechado para generar un museo.</p> <p>Existe la necesidad de contar con un guión museístico en el Museo de Colonia Santa María.</p> <p>Existe la necesidad de ampliar declaratorias de sitios de interés histórico en pueblos rurales, Villa La Arcadia y Colonias Alemanas</p> <p>Las iglesias de las Colonias están cerradas, fuera del horario de misa. (A excepción de la Iglesia San José Obrero con agenda de visitas guiadas)</p>

	<p>a la identidad suarenses y se realizan en distintos meses del año.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Además de las festividades de las Colonias Alemanas, hay de otras colectividades (como la Fiesta de las Colectividades) -Reconocido a nivel provincial (y en menor medida a nivel nacional) por la cultura vinculada al Polo. Es la Capital Nacional del Polo. -Puesta en valor del Mercado de las Artes en Coronel Suárez como espacio cultural municipal. -Presencia de artistas con reconocimiento a nivel nacional y del emprendimiento Isidoro Arte en Coronel Suárez, como promotor del arte. -Coronel Suárez cuenta con el único cine con películas en cartelera de la Región. <p>Turismo de Naturaleza:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Presencia de ríos, arroyos, lagunas y sierras dentro del partido -Villa la Arcadia cuenta con un entorno urbano diferente a Sierra de la Ventana, más agreste -Presencia de circuitos de trekking, running, biking y eventos deportivos regionales. 	<p>Específicamente en Villa La Arcadia, no existe una fiesta representativa, a excepción de la que se realiza durante Semana Santa. Hay caminos de sirga en arroyos cerrados al paso y la Estación de Piscicultura se encuentra abandonada.</p> <p>En Huanguelén, el Museo Baldomero Fernández Moreno se encuentra cerrado.</p> <p>A pesar del reconocimiento por parte de los turistas, al momento no se encuentran actividades vinculadas a Sergio Denis y, si bien hay algunas acciones relacionadas con José Larralde, se pueden profundizar.</p>
<p>≡ u</p>	<p>Conectividad vial</p> <p>Existencia de rutas provinciales asfaltadas, que conectan a Coronel Suárez con</p>	<p>Conectividad vial</p>

	<p>destinos como Pigüé, Sierra de la Ventana, Guaminí, Coronel Pringles, Tres Arroyos y Bahía Blanca</p> <p>Aeródromo Público Provincial “Brigadier Héctor Ruiz”</p> <p>Años atrás recibía vuelos comerciales de 35 pasajeros. El aeródromo cuenta con una pista con 1350 mts de hormigón y la posibilidad de despegues y aterrizajes nocturnos.</p> <p>Ferrocarril Buenos Aires - Bahía Blanca</p> <p>Cuenta con un servicio de pasajeros activo con camarotes.</p> <p>Servicios públicos</p> <p>Se dispone de agua potable y energía eléctrica en todas las localidades del Partido, y red de gas natural a excepción de Cura Malal, D'Orbigny y Piñeyro.</p>	<p>Las rutas y los caminos vecinales se encuentran en mal estado de mantenimiento en su mayoría.</p> <p>Asimismo, hace falta un sistema integral de señalética vial.</p> <p>Aeródromo Público Provincial “Brigadier Héctor Ruiz”</p> <p>No se aprovecha el aeródromo para generar rutas hacia y desde otros destinos para transporte de turistas y la comunidad en general.</p> <p>Servicios públicos</p> <p>Si bien, en la mayoría de las localidades que conforman el partido hay servicio de recolección de residuos, se encuentra un basurero a cielo abierto en Villa La Arcadia. Además, existe la necesidad de incorporar más puntos de separación en origen. Además, en diferentes zonas del partido existe una falta de mantenimiento en espacios verdes.</p> <p>Existe una importante saturación de servicios públicos cuando aumenta la cantidad de turistas.</p>
<p>S E</p>	<p>El Partido cuenta con dos oficinas de informes turísticos (Coronel Suárez y Villa La Arcadia)</p> <p>Amplia oferta de alojamiento en Villa La Arcadia</p>	<p>Escasa oferta gastronómica en Villa La Arcadia y Colonias Alemanas.</p> <p>Hace falta un sistema integral de señalética para circuitos turísticos.</p>

	<p>Amplia oferta gastronómica disponible en Coronel Suárez.</p> <p>Se destaca la presencia de guías locales especializados y con experiencia en el sector turístico, como Adriana Rosetti.</p>	<p>Las oficinas de informes turísticos en Coronel Suárez y Villa La Arcadia no están ubicadas en puntos estratégicos del destino.</p> <p>Falta de transporte público o transporte con fines turísticos que permita integrar a las distintas localidades, pueblos rurales y las colonias alemanas entre sí.</p> <p>Deficiente conectividad digital (telefonía móvil, Internet), siendo mala o incluso inexistente según la zona del partido.</p> <p>Coexisten servicios y establecimientos turísticos regularizados con otros sin habilitar. En el caso de los guías turísticos, al momento no existe un marco regulatorio.</p> <p>Falta de definición de estándares de servicios (calidad).</p> <p>Falta de participación y comunicación integrada de eventos culturales, deportivos, entre otros, y entre los mismos prestadores turísticos.</p>
<p>C A</p>	<p>Comunidad abierta al turismo.</p> <p>Hospitalidad como rasgo característico.</p>	<p>Falta de oferta de capacitación en turismo.</p> <p>Falta de mano de obra capacitada.</p> <p>Alta rotación de personal en servicios turísticos.</p>
<p>P</p>	<p>Creación de la Subdirección de Turismo a cargo de profesionales del sector.</p> <p>Presencia de asociaciones representativas de la comunidad.</p>	<p>Falta de integración de atractivos en circuitos (Ejemplo. Circuito histórico - cultural de Coronel Suárez, Circuito Casco Histórico de Villa La Arcadia, etcétera)</p> <p>Deficiencia en el marco normativo para servicios turísticos (Ejemplo. Registro de</p>

	<p>Visión de gobierno: orientar el desarrollo sustentable de la actividad turística (en todas sus dimensiones: social, ambiental y económica).</p> <p>Decisión del gobierno local de impulsar la actividad turística del Partido a través de la formulación de un plan de desarrollo turístico participativo.</p> <p>Apertura de la comunidad para generar redes y existencia de antecedentes de experiencias asociativas para actividades puntuales.</p> <p>Ordenanza Municipal N° 7627/2021 de Creación de la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico.</p> <p>Ordenanza Municipal N° 7549/2021 que establece áreas de Paisaje Protegido.</p>	<p>Casas y Departamentos de alquiler turístico, Registro de guías, Turismo Rural, etcétera).</p> <p>Falta de articulación entre actores vinculados al turismo (público-privado) y la generación de espacios de encuentro</p> <p>Falta de folletería e información sobre todas las localidades.</p> <p>Teniendo en cuenta la amplitud del territorio, existe la oportunidad de mejorar la vinculación y articulación entre Turismo y las delegaciones de los pueblos.</p> <p>Desconocimiento por parte de la comunidad de la oferta de atractivos en todo el Partido.</p>
<p>– M</p>	<p>Cuentan con una identidad visual (logo institucional).</p> <p>Cuentan con buena presencia en redes sociales.</p> <p>Posicionamiento de los Pueblos rurales y Villa La Arcadia, con calles de tierra arboladas como diferenciales (principalmente de Sierra de la Ventana)</p>	<p>Cartelería con logos viejos.</p> <p>Falta de un manual de marca para definir una estética y diseño.</p> <p>Desorganización de la información (Falta de articulación para la promoción del destino entre prestadores).</p> <p>Falta de web de turismo.</p> <p>Falta de merchandising.</p>

	Posicionamiento de las Colonias Alemanas, a partir de las costumbres y gastronomía como diferenciales	
--	---	--

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
U Z	<p>Presencia de un mercado potencial de proximidad conformado por más de 7.000.000 de personas, en un radio de 200 km. de Coronel Suárez</p> <p>Posibilidad de complementar la oferta turística de Coronel Suárez con particularidades del entorno (como el mar y las sierras)</p>	<p>Cambio climático (sequías, proliferación de algas en los cursos de agua, inundaciones, etcétera).</p> <p>En términos de competitividad, la cercanía a distintos centros receptores de turistas (como Sierra de la Ventana) podría generar una reducción en el flujo de visitantes a Coronel Suárez, en tanto no se desarrolle la actividad turística de forma planificada.</p>
U A	<p>Integración regional (Ej: Plan 14 municipios, 1 destino)</p> <p>Plan de Turismo Rural y Periurbano de la Provincia de Buenos Aires.</p> <p>Programas provinciales y nacionales para la promoción de la Cultura y el Turismo.</p>	<p>Dificultad para generar acuerdos para el desarrollo de acciones conjuntas entre los distintos municipios de la región.</p>
U A	<p>Crecimiento del turismo interno ligado al turismo en la naturaleza y rural.</p> <p>Ley Provincial de Pupas, adhesión municipal. Abre oportunidades para el emprendedurismo y el fortalecimiento de pequeños productores.</p>	<p>Desarraigo y migración de los habitantes en lugares donde no hay oportunidades laborales.</p> <p>Inflación (Falta de previsibilidad)</p> <p>Informalidad en el empleo en el sector turístico</p>

	Disponibilidad de líneas de créditos para el sector.	
F A	Proyección del distrito como polo educativo Crecimiento de la población joven Retorno de antiguos pobladores (como efecto post pandemia) por encontrar en Coronel Suárez atributos vinculados a la calidad de vida en contraposición a las grandes urbes.	Pérdida de las costumbres e identidad de los Alemanes del Volga con el crecimiento de la población. Bajo apego a las tradiciones por parte de los jóvenes.

4.4.1 CONCLUSIONES

El Partido de Coronel Suárez se ubica en el sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, con una superficie total de 6.006 km.

A lo largo y ancho del territorio se destaca la diversidad de recursos ligados a la cultura, la historia, la producción, la naturaleza y el deporte que son parte de la identidad del distrito. Se observa la presencia de atractivos diferenciadores en relación a los productos de: Turismo cultural, Turismo de Naturaleza y Turismo rural que ofrecen la oportunidad de dar respuesta a las diversas motivaciones de los turistas actuales y potenciales.

En relación a los atractivos, en la matriz de valoración de atractivos turísticos, las festividades Strudel Fest y Fullsen Fest, de las Colonias Alemanas de Santa María y San José, respectivamente, fueron identificadas como los atractivos con mayor valoración.

La presencia de Colonias Alemanas convierte a Coronel Suárez en referente en la provincia de Buenos Aires de la cultura de los Alemanes del Volga. La cultura viva está presente en fiestas y en la gastronomía.

El Partido de Coronel Suárez es reconocido como Capital Nacional del Polo, cuenta con espacios para la práctica de este deporte y es sede de torneos de gran relevancia; sin embargo, al momento no se desarrollan actividades turísticas relacionadas con este deporte.

Entre los recursos del patrimonio arquitectónico y cultural de la ciudad de Coronel Suárez se destacan: las historias en torno a la masonería en la Biblioteca

Popular Sarmiento, el Mercado de las Artes en Coronel Suárez como espacio cultural municipal y el emprendimiento Isidoro Arte en Coronel Suárez, como promotor del arte.

Una debilidad detectada se vincula a la falta de integración de atractivos en circuitos así como a la necesidad de establecer un sistema de señalética en torno a los mismos.

Asimismo, a pesar del reconocimiento por parte de los turistas, en la actualidad no se encuentran actividades vinculadas a Sergio Denis ni a José Larralde como personalidades destacadas.

Por otro lado, se observa la necesidad de ampliar declaratorias de sitios de interés histórico en pueblos rurales, Villa La Arcadia y Colonias Alemanas.

En relación al turismo en la naturaleza, hay presencia de ríos, arroyos, lagunas y sierras dentro del Partido. Este entorno natural brinda el marco propicio para la generación de circuitos de trekking, running, biking y eventos deportivos regionales.

Se destaca Villa La Arcadia, vecina a la localidad de Sierra de la Ventana, cuyas calles de tierra con frondosa arboleda brindan un valor diferencial con respecto al mencionado destino. Sin embargo, el cierre al paso público de caminos de sirga en arroyos y la falta de mantenimiento en sus espacios verdes costeros son aspectos a mejorar.

En materia medio ambiental se observa la implementación de políticas públicas y un marco normativo con el foco en la concientización y preservación.

Se destaca la participación en el programa “Destinos de calidad y sostenibles” dependiente del Departamento de Calidad Turística, de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires con el trabajo articulado entre la Subdirección de Turismo y la Subdirección de Medio Ambiente del Municipio para impulsar una política ambiental en relación al turismo en el distrito.

Por último, se señala como una contribución al desarrollo del turismo en la naturaleza en un marco de sustentabilidad, la sanción de la Ordenanza Municipal N° 7549/2021 que establece áreas de Paisaje Protegido, permitiendo el ordenamiento y planificación de estos espacios.

En relación al Turismo Rural se destaca la presencia de pueblos rurales y parajes.

Se identifican, asimismo, pequeños productores agropecuarios y prestadores de servicios turísticos que ofrecen propuestas de turismo rural atendidas por sus propios dueños que integran el Grupo Cortaderas enmarcados institucionalmente por el INTA y el Programa CAMBIO RURAL del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.

La falta de marco normativo que permita la habilitación municipal de las actividades en entorno rural así como también de alojamientos turísticos rurales es una debilidad.

En relación a los servicios turísticos el destino cuenta 163 prestadores turísticos, el 65% corresponde al rubro alojamiento cuya mayor concentración se encuentra en Villa La Arcadia y en la ciudad cabecera Coronel Suárez. También hay servicio de hospedaje en Colonia Santa María y Huanguelén. La mayoría de los establecimientos corresponde al subrubro cabañas, seguido por hoteles y hosterías.

El 42% del total de los servicios turísticos no cuenta con habilitación municipal, siendo en su mayoría del rubro alojamiento. Esta coexistencia de servicios y establecimientos turísticos regularizados con otros sin habilitar genera condiciones de competencia desleal. La formalización de tales prestaciones permitiría también garantizar condiciones mínimas de seguridad e higiene para los turistas que se hospedan allí.

También se observa la ausencia de un Registro de Casas y Departamentos de alquiler con fines turísticos.

En relación a la oferta gastronómica se visualiza una oportunidad para la captación de inversiones en Villa La Arcadia como en las Colonias Alemanas donde la oferta es escasa. En ambos casos resulta de interés contemplar condiciones constructivas y de equipamiento que puedan ofrecer un valor diferencial a la propuesta.

En el rubro actividades se observa una escasa oferta: cabalgatas, cicloturismo y alquiler de kayaks, lo que constituye una oportunidad para inversiones.

Se destaca como fortaleza la presencia de guías locales especializados y con experiencia en el sector turístico. Se evidencia la necesidad de contar con un Registro Municipal de Guías de Turismo.

En relación a la oferta de entretenimiento Coronel Suárez cuenta con el único cine con películas en cartelera de la región. Esto sumado a antecedentes de realización de Festivales de Cine podría generar motivación para visitantes de la zona.

En términos de imagen se observan como fortalezas la creación de una identidad visual (logo institucional) y la presencia y comunicación en redes sociales con perfiles orientados a la promoción turística del destino. Una debilidad es la ausencia de una web oficial de turismo de Coronel Suárez, la cual está en construcción, así como la falta de un sistema integrado de señalética que conlleva la ausencia de cartelería indicativa e informativa o bien a la existencia de carteles con logos viejos en determinados puntos del distrito.

En materia de infraestructura y servicios de apoyo las mayores debilidades se relacionan con la deficiente conectividad digital (telefonía móvil, Internet) y el mal estado de mantenimiento de las rutas provinciales que atraviesan el distrito y de los caminos vecinales. Complementariamente al estado de los caminos se observa la falta de un sistema integral de señalética vial.

En materia de conectividad, se observa el desaprovechamiento del Aeródromo Público Provincial Brigadier Héctor Ruiz y se destaca la cercanía con Bahía Blanca que cuenta con aeropuerto. Asimismo, resulta positivo que el Ferrocarril Buenos Aires - Bahía Blanca cuente con parada en la Estación Coronel Suárez y ofrezca servicio de pasajeros con camarotes, resultando una opción económica para aquellos pasajeros que deseen trasladarse desde Buenos Aires. Se observa la potencialidad de desarrollar un servicio multimodal de transporte.

Un común denominador al indagar sobre capital humano es la autodefinición de los y las suarenses como una comunidad abierta al turismo, con una marcada vocación de servicio y hospitalidad.

Las principales debilidades vinculadas con el capital humano residen en la falta de recursos humanos capacitados y la alta rotación de personal en los servicios turísticos que incide directamente sobre los estándares de servicio. Se observa la necesidad de impulsar una oferta de capacitación y asistencia técnica para la mejora cualitativa de la oferta.

Otra debilidades que se relacionan con la planificación y gestión del destino son: el desconocimiento por parte de la comunidad de la oferta de atractivos y la falta de articulación entre actores vinculados al turismo (público-privado).

En relación a las fortalezas se destacan la apertura de la comunidad para generar redes y los antecedentes de experiencias asociativas para actividades puntuales. Se observa la oportunidad de fortalecer los espacios de intercambio, estrechar vínculos entre las instituciones y potenciarse mutuamente.

En el plano institucional, las mayores fortalezas son: la creación de la Subdirección de Turismo a cargo de profesionales del sector; la visión de gobierno de orientar el desarrollo sustentable de la actividad turística y la decisión de impulsar la actividad turística del Partido a través de la formulación de un plan de desarrollo turístico participativo.

Por último, la Ordenanza Municipal N° 3893/02 de Declaración sobre el Turismo como actividad de Interés Distrital sienta las bases para establecer un modelo de gobernanza con la creación de un Ente Descentralizado de gestión y un Comité Asesor de Turismo y Recreación de carácter mixto. Esta ordenanza no ha sido reglamentada ni ejecutada.

Contextos de oportunidad para el posicionamiento turístico

La región del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires tiene un entorno geográfico diverso con la presencia de llanuras, lagunas, sierras y mar y se compone de múltiples recursos de distintos grados de desarrollo que se potencian entre sí. En este sentido, el Plan 14 municipios, 1 destino sienta las bases y brinda antecedentes de integración regional lo cual podría representar un contexto de oportunidad para el desarrollo turístico del Partido de Coronel Suárez.

Esta particularidad abre la posibilidad de complementar la oferta turística de Coronel Suárez con el desarrollo de propuestas que combinen estadías en distintos destinos del Sudoeste Bonaerense y al mismo tiempo, proyectar el posicionamiento turístico de Coronel Suárez como destino base para recorrer otros atractivos de la región.

TAREA 5. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

5.1 DEFINICIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN

5.1.1 VISIÓN-IMAGEN OBJETIVO

La visión es la declaración que le da sentido a las aspiraciones y los deseos que la comunidad suarensa tiene en relación a cómo quiere que el Partido de Coronel Suárez sea visto por las personas que lo visitan.

“El Partido de Coronel Suárez brinda la posibilidad de vivir experiencias auténticas asociadas al turismo cultural, de naturaleza, rural y deportivo.

De norte a sur, Huanguelén invita a disfrutar del folclore y las tradiciones del campo; en la ciudad de Coronel Suárez, sumergirse en sus expresiones artísticas, la arquitectura y el polo; Villa La Arcadia, con su paisaje natural de sierras y las actividades al aire libre; las Colonias Alemanas, con sus fiestas y costumbres típicas; y los pueblos y parajes de Cura Malal, D'Orbigny, Pasman, Piñeyro y Quiñihual, la ruralidad y las producciones locales”.

5.1.2 POSICIONAMIENTO DESEADO

El posicionamiento deseado se formula a partir de reconocer los atributos diferenciales del Partido de Coronel Suárez que lo hacen único como destino turístico.

- *Territorio con un entorno de gran belleza natural caracterizado por sierras y llanuras, que invita a la práctica de actividades al aire libre en experiencias de turismo rural, turismo activo y turismo de bienestar.*
- *Vasta zona agrícola y ganadera con propuestas agroecológicas y experiencias turísticas en torno a la producción local y la cultura rural.*
- *Comunidad multicultural integrada por descendientes de alemanes del Volga, italianos, españoles, judíos y otras colectividades que preservan el legado histórico-cultural y comparten sus tradiciones con los visitantes.*
- *Destino con una cultura viva expresada en un calendario de festividades y encuentros ligados a la gastronomía, la danza, las tradiciones rurales, el deporte, el cine, la música y el arte que invitan a visitar el destino durante todo el año.*
- *Con experiencias auténticas, integradas en circuitos, dentro de sus localidades y entre distintas localidades, como temáticas en torno a personalidades destacadas, la masonería, y otros atributos diferenciales.*

- *Un destino ideal para vivir el deporte, tanto como espectador o protagonista, por contar con una gran diversidad de propuestas deportivas y ser Capital Nacional del Polo.*
- *Con sitios de alto valor histórico-patrimonial preservados y puestos en valor.*
- *Con una oferta de prestaciones y servicios comprometida con la calidad turística, la sustentabilidad ambiental y la accesibilidad para todos.*

5.1.3 PROPÓSITOS GENERALES

Los propósitos generales son los objetivos cualitativos que se pretende alcanzar con la implementación del Plan.

- *Un destino en el que todos y todas trabajan de manera articulada con el compromiso de brindar experiencias de calidad, impulsando la sustentabilidad en todas sus dimensiones (social, económica y ambiental).*
- *Un destino donde el buen estado de conservación del patrimonio histórico cultural permite ser visitado y disfrutado por vecinos/as y turistas.*
- *Un destino que promueve el talento local, con anfitriones capacitados que comparten las tradiciones, costumbres y hospitalidad, al tiempo que promueven una conexión afectiva con los visitantes.*
- *Un destino para todo el año que ofrece experiencias turísticas para diversos intereses y que se puede visitar como destino base para recorrer otros destinos de la región o combinándolo con otros destinos, con propuestas innovadoras que, se caracterizan, por la preservación de la cultura y la naturaleza.*
- *Un destino que promueve la calidad de vida y la identidad local generando, a través del desarrollo turístico, nuevas oportunidades de empleo, mayor producción de bienes y servicios locales, conciencia ambiental y estímulo a la cultura.*
- *Un destino inclusivo y accesible, preparado para recibir a todas las personas reconociendo sus identidades, credos y personas con discapacidad.*
- *Un destino que trabaja en pos de la sustentabilidad con la generación de tecnología, energía renovable y otras herramientas innovadoras.*
- *Un destino que mejora día a día sus condiciones para la accesibilidad universal.*
- *Un destino que se destaca por contar con personalidades destacadas en distintas disciplinas.*
- *Un destino que fomenta la inversión en servicios asociados al turismo.*
- *Un destino que promueve buenas prácticas ambientales en toda la cadena de prestaciones turísticas.*

5.1.4 OBJETIVOS

Se trata de los resultados cuantitativos que se espera alcanzar para la consolidación turística del Partido de Coronel Suárez.

- Incrementar la cantidad de turistas que visitan el destino.
- Incrementar el impacto económico.
- Incrementar los empleos en turismo.

Tabla N° 32. Objetivos

INDICADOR	FUENTE	AÑO BASE 2019	ESCENARIOS 2026		
			PESIMISTA	MODERADO	OPTIMISTA
Turistas	Estimación propia en base a ocupación en alojamientos	35.000	38.500	47.250	63.000
Impacto Económico	Estimación propia del VAB HyR en base a PBG Provincial (precios constantes 2019)	71.000.000	78.100.000	102.950.000	142.000.000
Empleos turísticos	Empleos registrados en base a datos del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	130	143	189	260

Fuente: elaboración propia

5.1.5 EJES ESTRATÉGICOS

Son los lineamientos de actuación del Plan que permitirán alcanzar los propósitos y objetivos propuestos.

1. Gobernanza del destino	2. Puesta en valor del patrimonio	3. Mejora de la conectividad física, comunicaciones y señalética	4. Ampliación y diversificación de la oferta de servicios y experiencias turísticas	5. Promoción y comercialización
--------------------------------------	--	---	--	--

A continuación se describen los ejes estratégicos del plan, los cuales representan lineamientos de actuación que permitirán alcanzar los propósitos y objetivos propuestos.

1. GOBERNANZA DEL DESTINO: Refiere a la constitución de un espacio de trabajo que permita la articulación, cooperación y compromiso de los actores locales para gestionar mancomunadamente la implementación del plan, el seguimiento del proceso de ejecución y todas aquellas iniciativas vinculadas al desarrollo turístico del Partido de Coronel Suárez.

2. PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO: Consiste en el impulso de iniciativas que permitan la restauración, preservación y plan de uso del patrimonio arquitectónico, del patrimonio natural asociado a la biodiversidad y el paisaje del Partido; y el rescate y fomento del patrimonio cultural material e inmaterial constituido por las tradiciones, festividades, producciones artesanales y expresiones artísticas.

3. MEJORA DE LA CONECTIVIDAD FÍSICA, COMUNICACIONES Y SEÑALÉTICA: Implica la promoción de obras de mejoramiento de calzadas y señalética de las rutas y caminos rurales para acceder al Partido y desplazarse dentro de él; el estímulo de servicios multimodales de transporte entre las diferentes localidades del Partido y la región; el desarrollo de señalética interpretativa turística; y la gestión para asegurar inversiones en antenas de comunicación que permitan garantizar la conectividad digital en el destino.

4. AMPLIACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS: Involucra la promoción de políticas y normativas para impulsar y captar inversiones que permitan ampliar y diversificar la oferta turística existente, con foco en los servicios de alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, transporte, actividades rurales, culturales y recreativas, estimulando el talento local, la calidad, la innovación y la sustentabilidad en el diseño y desarrollo de la oferta; promoviendo la participación de bienes y servicios locales dentro de la cadena de valor turístico.

5. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: Se plantea necesario desarrollar acciones de promoción y comercialización turística del Partido de Coronel Suárez que permitan ponerlo en consideración de los mercados como destino de viaje y base para recorrer la región.

5.2 DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRODUCTOS Y MERCADOS TURÍSTICOS

5.2.1 PRODUCTOS TURÍSTICOS

Son aquellas actividades que se configuran con el objetivo del disfrute y satisfacción de las necesidades de los visitantes al destino. En base al diagnóstico y el trabajo articulado con los actores locales vinculados a la actividad turística, se reconoce al Partido de Coronel Suárez como un destino que cuenta con la posibilidad de dar respuesta a motivaciones de los turistas actuales y potenciales, a través de macroproductos vinculados al:

TURISMO CULTURAL	TURISMO DE NATURALEZA	TURISMO RURAL	TURISMO DEPORTIVO
------------------	-----------------------	---------------	-------------------

En este sentido, se identificaron productos y se crearon prototipos de experiencias turísticas, como propuestas turísticas actuales y potenciales viables para su promoción y comercialización en el corto plazo:

Tabla N° 33. Productos turísticos

TIPO	N°	PRODUCTO	EN QUÉ CONSISTE
CULTURAL	1	CIRCUITO INTEGRADO COLONIAS ALEMANAS	Circuito que involucre a las tres Colonias, complementando la propuesta de cada una, permitiendo extender de esta manera la visita o estadía. EXPERIENCIA RAÍCES GERMANAS: Recorrido por las colonias 1, 2 y 3 visitando el Museo de Santa María, la Iglesia de San José y el Cementerio de Santa Trinidad.
	2	CIRCUITO SERGIO DENIS	Circuito sobre el artista en Colonia San José, con relatos, anécdotas y vivencias ligadas a su niñez y juventud.
	3	CIRCUITO LARRALDEÑO Y PASEO DE LAS ESCULTURAS	Circuito en Huanguelén que incluya la visita a lugares que son parte de la historia de José Larralde, y el Paseo de las Esculturas, potenciado desde una mirada que identifique a Huanguelén como “el pueblo de los artistas”.

	4	CIRCUITO CULTURAL URBANO	<p>Circuito que nuclea espacios vinculados al arte y la cultura general en el centro de la ciudad de Coronel Suárez.</p> <p>EXPERIENCIA SOBRE LA MASONERÍA Y ALGO MÁS: Visita guiada teatralizada a la Biblioteca Sarmiento para conocer la historia de los masones, con degustación de productos locales, como alfajores, y alojamiento en la Ciudad de Coronel Suárez.</p>
	5	CIRCUITO DE CASAS HISTÓRICAS DE VILLA LA ARCADIA	<p>Circuito que recoge fragmentos de la historia arcadiana a través de la visita a sus casas más emblemáticas.</p>
	6	FIESTAS POPULARES	<p>Experiencias que permitan ser parte de festividades tradicionales del Partido.</p> <p>EXPERIENCIA FIESTAS DE LAS COLONIAS ALEMANAS: Cada colonia alemana tiene entre 2 y 4 eventos al año. Agenda de actividades en horarios específicos en las otras Colonias para que el visitante que asiste a la fiesta también las recorra.</p> <p>EXPERIENCIA FIESTA DEL OTOÑO EN VILLA LA ARCADIA: Fiesta de fin de semana (en el mes de abril/mayo) con alquiler de bicicletas, presentación de bandas locales, gastronomía y exposición de artesanos y productores.</p>
RURAL	7	CIRCUITO DE LOS ALMACENES, CLUBES Y PULPERÍAS	<p>Definición de circuitos que pongan en valor diferentes atractivos como La Tranca (Cura Malal), el Almacén de Campo de Pedro Meier (Quiñihual), Parrilla Pa Usted (Huanguelén) y el Club Piñeyro (Piñeyro).</p> <p>EXPERIENCIA CORONEL SUÁREZ - HUANGUELÉN: Bicicleteada guiada de medio día, que comienza en la ciudad de Coronel Suárez, visita la Biblioteca Sarmiento, con sus historias ligadas a la masonería, y otros puntos de interés histórico-cultural integrados en un circuito. Almuerzo en Artemio Gramajo, un</p>

			bodegón situado en el centro de Coronel Suárez. Por la tarde, traslado privado hacia Huanguelén, con un recorrido por el pueblo y como cierre una cena con peña en Pa' Usted, con la posibilidad de alojarse en una casa de familia del pueblo.
	8	VISITAS A ESTABLECIMIENTOS PRODUCTIVOS	Experiencias auténticas que permitan conocer y participar en la producción de los productos que se realizan, en lugares como la Estancia El Pantanoso - "Lavanda de las Sierras", el Sendero Azul, el Establecimiento Rama Negra y la Escuela agropecuaria - Apicultura.
	9	CABALGATAS	Cabalgatas calendarizadas y con cupos limitados tanto en la localidad de Huanguelén como en el paraje Piñeyro, ambas opciones complementándose con gastronomía.
DE NATURALEZA	10	TURISMO ACTIVO	<p>Potenciar actividades en la naturaleza existentes, como Trekking (Cerro Ceferino - Villa La Arcadia, Lavandas de las Sierras), Senderismo (Sendero Piñeyro, Sendero "El Caminante" - Cura Malal), Cicloturismo (Circuito Peralta y Bonete - Villa La Arcadia, Lavandas de las Sierras), además de ampliar la red de senderos con distintos niveles de dificultad, y complementar con actividades vinculadas observación de flora y fauna u otras, como astroturismo.</p> <p>EXPERIENCIA VILLA LA ARCADIA NATURAL: Desayuno con productos regionales, cicloturismo interpretativo de flora y fauna silvestre para toda la familia, visita a una tienda de diseño nacional, a una cervecería artesanal, almuerzo en el restaurante Edulis, tarde libre en el balneario y alojamiento.</p>
	11	TURISMO DE BIENESTAR	En un entorno natural y de tranquilidad en Villa La Arcadia, ofrece el marco propicio para la realización de jornadas vinculadas con el relax y la recarga energética, como jornadas de yoga y meditación con propuestas gastronómicas saludables.

			EXPERIENCIA JORNADA ARCADIANA: Recorrido guiado histórica-natural de medio día recorriendo Villa La Arcadia, visita a un taller de cerámica y a otro de cosmética natural, actividades de spa por la tarde y como cierre astroturismo en el Cerro Ceferino con degustación de quesos y chacinados al pie del Cerro. Incluye alojamiento.
DEPORTIVO	12	POLO	Actividades de inmersión para aficionados que permitan practicar o contemplar la práctica de este deporte y conocer más sobre la cultura en torno al mismo.
	13	CALENDARIO DE EVENTOS DEPORTIVOS	Agenda de eventos y competiciones deportivas, entre las que se cuentan: Golf, Polo, Pesca Deportiva, Triatlones, Hockey, entre otras.

Fuente: elaboración propia

5.2.2 MERCADOS TURÍSTICOS

En la grilla de mercados se integran los mercados objetivo por origen a los que estarán dirigidas las acciones de marketing y promoción, al tiempo que se los identifica como mercados prioritarios y estratégicos.

Para establecer la jerarquización y esfuerzos de desarrollo y promoción de la oferta turística de Coronel Suárez, se clasificó a los mercados en dos categorías, las cuales permiten englobar a los visitantes según características propias del mercado turístico. De esta manera se puede dividir en:

Mercados prioritarios: aquellos emisores que por el volumen de personas que aportan al turismo, por sus motivaciones específicas relacionadas a la oferta del destino y por la participación en el mercado, son considerados importantes para la implementación de estrategias y acciones de promoción y fortalecimiento de la comercialización.

Mercados estratégicos: son los que en la actualidad no generan un amplio flujo turístico, pero merecen su atención en la implementación de estrategias y acciones de promoción y comercialización para captar o potenciar esos mercados.

Tabla N° 34. Mercados turísticos

MERCADOS	
NACIONAL	Localidades vecinas (1)
	Gran Buenos Aires (1)
	Ciudad Autónoma de Buenos Aires (1)
	Provincia de Entre Ríos (2)
	Provincia de Río Negro (2)
	Provincia de La Pampa (2)
	Resto del país (2)
INTERNACIONAL	Estado de Rio Grande Do Sul - Brasil (2)
	Schwabach - Alemania (2)

Referencias: (1) Prioritarios / (2) Estratégicos

Fuente: elaboración propia

5.2.3 MATRIZ DE PRODUCTOS/MERCADOS

A continuación se presenta la matriz de productos/mercados, en la cual se detalla la intensidad a la hora de la priorización de mercados, según cada producto turístico.

Tabla N° 35. Matriz de productos/mercados

PRODUCTO	MERCADO		
	NACIONAL		INTERNACIONAL
	Prioritario	Estratégico	Estratégico
CIRCUITO COLONIAS ALEMANAS	Alta	Alta	Alta
CIRCUITO SERGIO DENIS	Media	Alta	Baja
CIRCUITO LARRALDEÑO Y PASEO DE LAS ESCULTURAS	Media	Alta	Baja
CIRCUITO CULTURAL URBANO	Alta	Media	Baja
CIRCUITO DE CASAS HISTÓRICAS DE VILLA LA ARCADIA	Alta	Media	Baja
FIESTAS POPULARES	Alta	Alta	Alta

PRODUCTO	MERCADO		
	NACIONAL		INTERNACIONAL
	Prioritario	Estratégico	Estratégico
CIRCUITO DE LOS ALMACENES, CLUBES Y PULPERÍAS	Alta	Alta	Media
VISITAS A ESTABLECIMIENTOS PRODUCTIVOS	Alta	Alta	Media
CABALGATAS	Alta	Media	Baja
TURISMO ACTIVO	Alta	Alta	Media
TURISMO DE BIENESTAR	Alta	Media	Media
POLO	Alta	Alta	Alta
CALENDARIO DE EVENTOS DEPORTIVOS	Alta	Media	Baja

Fuente: elaboración propia

5.3 PROPUESTA DE GOBERNANZA

5.3.1 ANTECEDENTES NORMATIVOS

Se identifican dos antecedentes de interés en materia de normativa municipal. Por un lado, la Ordenanza Municipal N° 3893/02 de Declaración sobre el Turismo como actividad de Interés Distrital sienta las bases para establecer un modelo de gobernanza proponiendo la creación de un Ente Descentralizado de gestión y un Comité Asesor de Turismo y Recreación de carácter mixto. Esta ordenanza no ha sido reglamentada ni ejecutada.

Por otro lado, la Ordenanza Municipal N° 7627/2021 de Creación de la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico, crea la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico como cuerpo asesor independiente que articula con el Honorable Concejo Deliberante y el Departamento Ejecutivo (Art. 2), siendo órgano de consulta obligatorio y vinculante en todo lo relativo al Patrimonio Arquitectónico y Urbanístico del Partido de Coronel Suárez.

5.3.2 OBJETIVOS

Construir un modelo de gobernanza que permita un alto nivel de cooperación y compromiso entre los actores de los sectores público, privado y tercer sector, a fin de gestionar de manera conjunta y articulada la implementación de las actuaciones e iniciativas del Plan Horizonte Suárez en pos de lograr los propósitos y objetivos propuestos.

5.3.3 MODELO DE GOBERNANZA

Se propone la creación del Ente Mixto de Turismo de Coronel Suárez (ENTE SUÁREZ TURISMO).

La creación del ENTE SUÁREZ TURISMO a través de un marco normativo municipal define la visión política, otorga legitimidad y determina alcances y objetivos a esta propuesta de gobernanza.

Este marco expresa valores de participación de la comunidad en la planificación y desarrollo del turismo del distrito, acentuando el rol que tiene el Municipio como ente primario de la planificación turística, en un esquema descentralizado.

5.3.4 ALCANCE

Si bien el punto de partida es la implementación del Plan Horizonte Suárez y sus programas operativos, a través de la creación del ENTE SUÁREZ TURISMO permitirá contar con un ámbito de gestión que articule el trabajo de todos los actores de interés en lo inherente a la planificación, promoción, y ejecución de las políticas destinadas a la actividad turística en todas sus expresiones.

Para su funcionamiento y el despliegue de sus actividades en ENTE SUÁREZ TURISMO administrará el Fondo Municipal de Turismo que podrá estar integrado, entre otros recursos, por el presupuesto que para tal fin asigne el municipio, los aportes del estado nacional, de la provincia, o comisiones especiales y las subvenciones, donaciones, legados y aportes de cualquier naturaleza con destino al ENTE SUÁREZ TURISMO, el importe de venta, locaciones o concesiones de bienes o derechos, los recursos que logre de la administración de la marca turística y todo otro aporte que se disponga por decreto u ordenanza municipal.

5.3.5 FUNCIONES

Para el cumplimiento de los objetivos, se espera que:

- Promueva el turismo cultural, rural, de naturaleza y deportivo en su diversos aspectos.
- Contribuya a la implementación de los programas derivados del Plan Horizonte Suárez así como su monitoreo a través de los indicadores propuestos.
- Aporte al desarrollo de la actividad turística bajo los principios de sustentabilidad en todas sus dimensiones.
- Fomente la sensibilización turística de la comunidad en su conjunto y el compromiso con la calidad como valor diferencial de las prestaciones turísticas.
- Establezca redes locales y regionales a fin de cocrear experiencias turísticas, desarrollar acciones de promoción y afines para el posicionamiento del destino en los mercados estratégicos.
- Asuma un rol propositivo para la consolidación de marcos normativos y fiscales proactivos estratégicos para el desarrollo de la actividad turística.

5.3.6 ESTRUCTURA FUNCIONAL

Un punto clave en la definición de sus miembros es garantizar la representatividad de todos los rubros vinculados a la actividad turística en el Partido de Coronel Suárez, considerando al mismo tiempo la participación activa de las

asociaciones y cámaras existentes en el distrito vinculadas directa o indirectamente con la actividad turística.

Para tal fin, se toma como referencia la estructura organizativa del Municipio de Tigre por Ordenanza N° 3249/12, con la creación Consejo Asesor de Turismo, y la de la Ciudad de Paraná por Ordenanza N° 9277/14, con la creación del Ente Mixto de Turismo de la Ciudad de Paraná (EMPATUR).

En este sentido, se propone que la dirección del ENTE SUÁREZ TURISMO para el Desarrollo Turístico esté a cargo de un Directorio, cuyos integrantes se desempeñen "ad honorem".

Se sugiere que el Directorio esté integrado por 15 miembros de acuerdo con el siguiente detalle:

- Presidente
- Vicepresidente
- 1 Concejal por la mayoría
- 1 Concejal por la primera minoría
- 6 representantes vinculados a la actividad turística de Coronel Suárez:
 - Sector Cultura
 - Sector Deportes
 - Turismo Rural
 - Turismo de Naturaleza
 - Cámara de Comercio de Coronel Suárez
 - Cámara COTISAS
- 1 representante de Pueblos Rurales de Coronel Suárez
- 3 representantes de Colonias Alemanas de Coronel Suárez (1 por cada colonia)
- 1 representante de las asociaciones de las otras colectividades (española, italiana, judía, etc.)

5.3.7 IMPLEMENTACIÓN

Una vez generado el marco normativo, resulta necesario establecer un acta constitutiva con los integrantes del ENTE SUÁREZ TURISMO así como también un Reglamento Interno del mismo que ordene y establezca su funcionamiento aprobado por todas las personas que lo constituyen. Esto comprende definir deberes y atribuciones, un programa operativo, la calendarización de encuentros internos y la

definición de espacios de intercambio abiertos a la comunidad de prestadores turísticos y otros actores clave del sector.

Asimismo, se considera necesario establecer mecanismos que aseguren la comunicación abierta y la transparencia de gestión. En este punto, se recomienda que cada reunión debe ser registrada en un documento para ser compartido entre todos los integrantes de este órgano (incluyendo fecha, participantes, propuestas compartidas, estado de ejecución de acciones en curso, puntos acordados, etcétera).

Por último, debe preverse también la consolidación de documentos que informen los avances alcanzados, hojas de ruta trazadas, incluyendo actividades / espacios de encuentro abiertos a toda la comunidad turística.



5.4 PUESTA EN VALOR DE LA MARCA TURÍSTICA

5.4.1 FUNDAMENTOS DE LA MARCA TURÍSTICA

“Las personas tenemos una personalidad que nos define frente a los demás, que nos hace diferentes y singulares. Pero el resto de las personas que nos rodean nos juzgan según la imagen que proyectamos en los diferentes contextos de nuestra vida cotidiana”

Cada destino posee una personalidad, que lo identifica y lo hace diferente a cualquier otro. En este sentido, la marca turística es un recurso estratégico capaz de conseguir que la personalidad o identidad del destino que se desea proyectar, se ajuste a la percepción de las personas que lo visitan.

Concretamente, la revitalización de la Marca Turística de Coronel Suárez se sostiene en una serie de atributos o características que se traducen en los siguientes valores de la identidad turística:

MULTICULTURALIDAD

Entendiendo la multiculturalidad como la coexistencia de diversas culturas en el territorio, la Marca Turística propuesta hace hincapié en la posibilidad de vivenciar actividades de turismo cultural en el marco de una sociedad integrada por descendientes de alemanes del Volga, italianos, españoles, judíos y otras colectividades.

EL DEPORTE Y LA COMUNIDAD

Por un lado, la comunidad local se caracteriza por ser una sociedad activa, donde la actividad deportiva es de gran relevancia. En este contexto, el Partido cuenta con una variedad de eventos y competencias deportivas en diferentes disciplinas y con amplios y diversos entornos naturales aptos para la organización de actividades de pesca deportiva, triatlones, entre otras. Asimismo, se destaca la presencia de actividades vinculadas al Polo, y el reconocimiento de Coronel Suárez como Capital Nacional del Polo.

CAMPO Y SIERRAS

Coronel Suárez cuenta con un entorno natural heterogéneo, con ríos, arroyos, lagunas y sierras a lo largo del Partido, que se presenta como un marco propicio para la generación de actividades de turismo de naturaleza, como circuitos de trekking, running, biking y eventos deportivos regionales.

VIDA RURAL

Coronel Suárez está conformado por diferentes pueblos rurales con una oferta turística vinculada a la ruralidad del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires, en los que el turista puede ser parte de experiencias auténticas con productores locales, y sumergirse en las tradiciones y costumbres del campo a través de las mismas.

5.4.2 OBJETIVO

El objetivo de la puesta en valor de la Marca Turística de Coronel Suárez es optimizar los elementos que la conforman y sentar las pautas para una gestión óptima de la misma, de modo que facilite el cumplimiento de los siguientes objetivos:

Personalidad

La Marca Turística debe simbolizar y transmitir la identidad del destino, de modo que los actores locales vinculados directa o indirectamente con el sector compartan un mismo espíritu.

Posicionamiento

La Marca Turística debe diferenciar al Partido de Coronel Suárez y su oferta de los ofrecidos por el resto de los destinos turísticos.

Coherencia

La Marca Turística del destino debe presentarse de una manera clara y comprensible. La percepción de la misma debe ser unívoca y coherente.

5.4.3 JUSTIFICACIÓN

Las recomendaciones para la puesta en valor de la Marca Turística de Coronel Suárez surgen a partir de las definiciones de la visión-imagen objetivo, el posicionamiento deseado y los valores identitarios del destino que surgen de la opinión de los actores locales vinculados directa e indirectamente con la actividad turística del Partido de Coronel Suárez.

5.4.4 RECOMENDACIONES

Cuando se habla de una marca de destino no sólo se hace referencia al isologotipo, sino también a cómo se muestra y cómo se transmite la esencia del destino. Por tal motivo, se presentan una serie de recomendaciones asociadas a:

MENSAJE GLOBAL

ISOLOGOTIPO

POSICIONAMIENTO
DE MARCAMensaje global

El mensaje global remite a una frase que, en pocas palabras, refleja una idea a fin de resaltar los atributos y cualidades del destino, con la intención de impactar al turista. Sirve para todos los públicos y es el elemento más visible en los mercados de toda la realidad de la oferta turística del destino.

El actual slogan o mensaje institucional de la marca Suárez es: *“Elegí Suárez, elegí sentirte bien”*.

En este sentido, se recomienda la incorporación de un mensaje que refleje autenticidad y tenga relación directa con el destino, ya que la misma debe servir como paraguas para todas las localidades y/o productos turísticos del destino.

Asimismo, se presenta la alternativa de continuar con el mensaje global actual, incorporando submarcas para cada localidad.

Propuesta 1: *“Coronel Suárez, vas a querer volver”*

Submarcas: “Huanguelén, vas a querer volver” - “Villa La Arcadía, vas a querer volver”...

Remite a la idea de que una vez que el turista conoce el destino, desea retornar. Se conecta con las emociones, la sensación de algo nuevo por descubrir que despierta motivaciones nuevas con cada visita.

Propuesta 2: *“Coronel Suárez, me enamoré sin darme cuenta”*

Submarcas: “Cura Malal, me enamoré sin darme cuenta” - “Piñeyro, me enamoré sin darme cuenta”...

Se vincula a una canción de Sergio Denis, un artista con una conexión profunda con su Coronel Suárez natal. Al tratarse de una frase de un artista local busca destacar la identidad suarensa, cuna de artistas de trayectoria nacional e internacional. Remite a la idea de descubrimiento del destino por parte del turista y su “enamoramiento” una vez que lo visita y conocer su calidez y atributos únicos.

Alternativa: *“Coronel Suárez, te quiero tanto”*

Submarcas: “Pasman, te quiero tanto” - “D’orbigny, te quiero tanto”...

Propuesta 3: “Ganas de Coronel Suárez”

Submarcas: “Ganas de Huanguelén” - “Ganas de Cura Mala”...

Se trata de una afirmación que marca el deseo de visitar (o repetir la visita) y, al permitir derivados asociados a los cuatro macro productos, vivenciar las múltiples experiencias en el destino.

Algunas opciones de derivados:

- “Ganas de campo”
- “Ganas de naturaleza”
- “Ganas de deporte”
- “Ganas de cultura”
- “Ganas de experiencias”

Valores diferenciales a consolidar desde la Marca Turística

En función de los atributos del destino y los objetivos perseguidos, se sugiere desarrollar campañas en torno a la **autenticidad, la calidad y la sustentabilidad**:

- Calidad y calidez como diferencial de los servicios del destino,
- Autenticidad asociada a productores y artesanos que invitan a descubrir el destino,
- Noción de turismo responsable (respeto a las tradiciones, buenas prácticas ambientales) identificando la sustentabilidad como objetivo aspiracional.

Isologotipo



Figura N° 45. Isologotipo

Fuente: elaboración propia

El actual isologotipo es monocromático, de fácil lectura, y hace referencia a la naturaleza, la ruralidad y las Colonias Alemanas a través de diferentes elementos

(**sierras, espigas, sombrero**). De todas formas, se sugieren alternativas vinculadas al texto que acompaña al logo:

Línea 1	TURISMO
Línea 2	CORONEL SUÁREZ/SUÁREZ
Línea 3	PROVINCIA DE BUENOS AIRES

- 1) En primer lugar, se sugiere incorporar una tipografía diferente a la del isologotipo municipal, ya que la marca turística está orientada al visitante. En tal sentido, para la palabra TURISMO se propone utilizar la tipografía *Tahu!*, una fuente de libre uso comercial y personal, de “escritura moderna, limpia y profesional, ideal para usarla en anuncios, logotipos, marcas o en lo que desees” según el creador de la misma. Para CORONEL SUÁREZ/SUÁREZ y PROVINCIA DE BUENOS AIRES/BUENOS AIRES se propone utilizar la tipología utilizada en el logo oficial de la Municipalidad.
- 2) Por otro lado, la propuesta de modificar “SUÁREZ” por “CORONEL SUÁREZ” responde a la oportunidad de instalar al destino en la mente de los potenciales turistas a partir de su nombre completo, y de esta forma reducir confusiones al momento de la identificación o búsqueda de información.
- 3) Por último, se identifica la necesidad de facilitar la identificación geográfica del destino por parte de potenciales turistas, por lo tanto, se recomienda la incorporación de la leyenda PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Propuesta 1:



Figura N° 46. Propuesta 1 - Isologotipo

Fuente: elaboración propia

Propuesta 2:



Figura N° 47. Propuesta 2 - Isologotipo

Fuente: elaboración propia

Posicionamiento de marca

Se recomiendan las siguientes actuaciones para impulsar el posicionamiento de la Marca Turística:

a. Trabajar en conjunto con los prestadores en la comunicación del destino

Se recomienda la difusión de eventos y actividades del Partido con todos los actores locales para su promoción y difusión conjunta. También el armado de propuestas por parte de los prestadores turísticos para fechas específicas (día del amigo, semana santa, etc) para su difusión.

b. Creación de una mesa de coordinación de promoción turística

Se recomienda la creación de una mesa de coordinación con el sector privado, representantes de asociaciones, entre otros actores locales para la definición de acciones, toma de decisiones y buscar el compromiso de colaboración.

c. Promoción en otros destinos

Generar alianzas con destinos de la región y de otras provincias para la promoción cruzada. Participación en eventos de la zona con stand turístico para brindar información sobre Coronel Suárez. Caravana de promoción, visita a diferentes ciudades con el objetivo de invitar a los turistas a visitar Coronel Suárez.

d. Merchandising

Incorporación de obsequios institucionales es un recurso a tener en cuenta para convocar al público a conocer el destino y a la vez funcionan como vehículo de la marca.

e. Lanzamiento al mercado y comunicación de experiencias

Viajes de prensa / Fam Trips:

La organización de viajes de familiarización de las agencias, periodistas, bloggers u otro tipo de prescriptores y comercializadores es fundamental para dar a conocer el destino y puedan informar de todas las novedades que se vayan produciendo y facilitar la difusión de los eventos y la comercialización de la oferta turística.

Embajadores/as:

Nombrar a embajadores/as del destino/producto/evento ya sean famosos, artistas, deportistas, cuya participación pueda utilizarse posteriormente como contenido de promoción turística en redes sociales o en otros soportes.

f. Estrategia digital

Fortalecimiento de la identidad digital:

Potenciar las redes sociales como herramientas de contacto directo con el turista y agentes que forman el mercado turístico y como una canal de promoción eficaz, rápido y que permite diseñar estrategias de promoción segmentada por mercados y por perfiles.

Asimismo, las redes sociales son una importante vidriera para mostrar el destino. El uso de imágenes de buena calidad que muestren experiencias auténticas que solo puedan vivirse en Coronel Suárez puede ser una valiosa herramienta para ganar la atención del usuario.

Asimismo, se recomienda establecer un calendario de publicaciones enriquecido con efemérides, eventos, lanzamientos, feriados y comienzos de temporadas, entre otras.

También se sugiere hacer foco en buscadores, páginas web de turismo de la provincia y de la Nación, blogs de viajes, páginas de reseñas como TripAdvisor ya que, en cada uno de estos canales, es importante contar con fotos e información actualizada, como así también corroborar que la información que se brinda sea fidedigna.

Trabajar y mejorar la reputación online del destino, refiere a dar respuestas a las inquietudes, comentarios y reseñas tanto negativas como positivas que se dan en los distintos canales. En este sentido, se sugiere trabajar en la elaboración de un manual de respuestas para unificar la comunicación.

Asimismo, se considera importante el aumento de la visibilidad en el mercado de los prestadores turísticos del destino (por ejemplo, a través de intermediarios como Booking.com, Tripadvisor, Airbnb y Google Maps). Este proceso requiere la gestión y actualización de sus perfiles de manera continua: fotografías, vídeos, precios, ofertas, etc. para captación de clientes, logro de opiniones positivas y recomendaciones, mejora de la reputación y así generar un círculo virtuoso.

Posicionamiento en buscadores:

Es necesario evaluar el posicionamiento actual para poder identificar mejoras.

Para esto es vital contar con la web oficial de turismo online, para comenzar a trabajar en el Search Engine Optimization (SEO) y comenzar a aparecer en las primeras posiciones orgánicas de los buscadores o bien trabajar en el Search Engine Marketing (SEM) para aumentar la visibilidad de la marca a través de publicidad dentro del motor de búsqueda, este último podría servir como marco del lanzamiento de la web.

Google ofrece herramientas que ayudan al posicionamiento de marca, ya sea para alcanzar un mejor posicionamiento en el buscador o bien pensar en campañas de promoción en AdWords.

Definición de uso de hashtags:

Para ser utilizados en las redes del gobierno local como también por los prestadores turísticos, entre otros. Se recomienda la difusión de los mismos a los actores locales, determinando hashtags generales y otros particulares para eventos, acciones específicas, incluso por localidad, temporalidad y producto.

Ejemplos: #TurismoCoronelSuárez #CoronelSuárezBuenosAires
#OtoñoEnSuárez #VolgaFestSuarez

Generación de contenido por los propios turistas:

Se recomienda potenciar la actividad y participación de los turistas en los perfiles de redes sociales, invitando a que suban fotografías o vídeos y sorteando un premio entre ellos o a la mejor participación.

Página web:

Se recomienda llevar adelante periodos de evaluación de usabilidad con prestadores, turistas, vecinos previo a la publicación del sitio web. Estas evaluaciones buscarán identificar si la página es de fácil navegación, si el dialecto utilizado es claro, en cuántos pasos o clicks se llega a determinada información, entre otros.

Durante la evaluación, se le asigna a los participantes distintos objetivos (buscar alojamiento, sección de contactos, prestadores, etc.). De esta manera se pueden realizar ajustes en tipografía, palabras claves y orden de la información.

Se sugiere que para el lanzamiento de la web se realice junto con el relanzamiento de la marca de Turismo de Coronel Suárez. Los momentos claves para la presentación pueden ser:

- A. Mayo: en el marco de la presentación del informe final del Plan Horizonte Suárez.
- B. Noviembre / Diciembre: Lanzamiento de temporada de verano.

g. Prensa y campañas de publicitarias

Ya sea para un lanzamiento de producto, comienzo de temporada o evento se recomienda incorporar entrevistas en medios locales, regionales, nacionales de la radio, tele y diarios digitales con referentes locales públicos y privados.

En este sentido, se sugiere la utilización del Clipping de prensa, donde se recolectan todos los artículos y notas donde ha aparecido “Turismo de Coronel Suárez” como noticia, de esta manera se evalúa el alcance de las acciones.

Asimismo, se recomienda la incorporación de una base de datos de los medios especializados junto a otros actores claves para la difusión y promoción de determinado producto. Por ejemplo: si se quiere lanzar el producto de avistaje de aves se pueden brindar entrevistas no solo a los medios

tradicionales sino también a los medios especializados en observación de aves.

h. Banco de imágenes

Se plantea, a partir de la definición de los lugares del partido que sean más representativos de su imagen como destino turístico en general y de los diversos productos que se quieren comunicar en particular, realizar una producción fotográfica de los mismos. De esta manera, la Subsecretaría de Turismo contará con un archivo de imágenes de calidad y actualizadas, pudiendo utilizarlas para uso propio, para entregar a la prensa, y para distribuir entre otros públicos de interés.

Se recomienda que este banco cuente con imágenes que hagan referencia a cada estación del año, así mismo tienen que incluirse fotos que representen a cada segmento: familia, pareja, amigos, tercera edad etc.

i. Cortos promocionales

Se sugiere realizar cortos promocionales de distinta duración que reflejen los atributos diferenciales del destino o bien de productos específicos, con testimonios de los actores locales.

j. Promoción nacional

Participación en ferias nacionales, ferias de productos turísticos, eventos especiales, ferias rurales, encuentros de comercialización, road shows / workshops.

k. Promoción local - Anfitriones turísticos

Desarrollar herramientas de promoción, comunicación y capacitación sobre los circuitos, atractivos, actividades, etc. para la población de Coronel Suárez.

El conocimiento de la comunidad local sobre la oferta turística favorece el desarrollo y produce un efecto multiplicador a partir de los comentarios persona a persona.

l. Influencers

Una buena estrategia para mejorar el alcance de la marca es identificar e invitar a líderes de opinión y generadores de contenido que compartan

nuestros intereses, como por ejemplo: instagramers, blogueros de viajes y turismo. La elección de cada influencer debe ser evaluada tomando en cuenta seguidores, interacciones, lenguaje y calidad del contenido.

5.5 REALIZACIÓN DE JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA VALIDACIÓN DEL PLAN

5.5.1 OBJETIVO

Definir de manera conjunto a los actores locales del Partido de Coronel Suárez el sistema de decisiones del plan, a partir del intercambio y debate en torno a consignas de trabajo elaboradas especialmente para esta instancia del proceso de formulación.

5.5.1 METODOLOGÍA DE TRABAJO

Se llevaron a cabo 3 Jornadas Participativas presenciales en las localidades de Coronel Suárez, Huanguelén y Villa La Arcadia, habiendo asistido 40 personas en total. En Anexo se incluye el listado de participantes.

Tal como en las Jornadas Participativas de Formulación del Plan, esta nueva instancia se llevó a cabo procurando la participación de todos los actores de las distintas localidades que forman parte del destino, interesados en el proceso de formulación del plan. Las jornadas se estructuraron en los siguientes bloques:

BLOQUE 1: presentación de la síntesis del diagnóstico, el mapa de Actores de interés y de ideas fuerza relativas a la estrategia del plan, generadas a partir del diagnóstico propositivo realizado previamente, a modo de insumo para el intercambio y debate entre los participantes.

BLOQUE 2: armado de grupos de discusión para el intercambio de opiniones sobre las consignas de trabajo.

BLOQUE 3: puesta en común en la sala general de los resultados obtenidos en los grupos de discusión.

5.5.3 RESULTADOS DE LAS JORNADAS PARTICIPATIVAS DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

Tabla N° 36. Resultados consigna 1 de Jornadas Participativas para la validación de plan

C1. ¿Están de acuerdo con la VISIÓN? ¿Qué conceptos o ideas creen que podrían enriquecerla?

- Incorporar el concepto de tradicionalismo y posicionar a Huanguelén como el pueblo de Larralde.

- Destacar al Partido de Coronel Suárez como un destino seguro y tranquilo, y que trabaja en pos de la sustentabilidad y la accesibilidad universal.
- Reordenar conceptos para destacar atributos naturales.
- Incorporar una mirada regional.

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 37. Resultados consigna 2 de Jornadas Participativas para la validación de plan

C2. ¿Están de acuerdo con los propósitos? ¿Qué conceptos sumarían a los propósitos mencionados?

- Un destino innovador que trabaja en pos de la sustentabilidad con la generación de tecnología, energía renovable, etc.
- Un destino que trabaja en pos de la accesibilidad universal.
- Un destino que se destaca por contar con personalidades destacadas en distintas disciplinas.

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 38. Resultados consigna 3 de Jornadas Participativas para la validación de plan

C3. MARCA TURÍSTICA ¿Qué sensaciones les despierta estas identidades visuales y mensajes globales?; ¿Cuál de las mismas consideran que permite al visitante identificar a Coronel Suárez con mayor facilidad?; ¿Qué modificaciones harían?

- Desconocimiento del isologotipo actual por parte de diferentes actores.
- Incorporar "Provincia de Buenos Aires".
- Se sugiere la elección del logo y del slogan a través de una votación abierta a la comunidad y a las escuelas secundarias.
- En Huanguelén, se propone utilizar una frase vinculada a Larralde.
- En Coronel Suárez, valoración positiva de "Coronel Suárez, te quiero tanto"
- En Villa La Arcadia, se sugiere mantener "Elegí Suárez, elegí sentirte bien".

Fuente: elaboración propia

Tabla N° 39. Resultados consigna 4 de Jornadas Participativas para la validación de plan

C4. ¿Están de acuerdo con estos programas y proyectos? ¿Qué acciones específicas incorporarían en estos programas y proyectos?

Gobernanza del Destino

- Huanguelén: Necesidad de mayor interacción público-privada.
- Villa La Arcadia: Interés en conformar una Cámara de Turismo Local.

- Coronel Suárez: Se destaca la importancia de la articulación regional.

Patrimonio del Partido

- Villa La Arcadia: Ampliar la Ordenanza de Paisajes Protegidos y poner en valor el patrimonio arqueológico.

Servicios de apoyo e infraestructura

- Incorporación de servicios de transporte público que conecte con otras localidades.
- Incentivar la inversión privada para el servicio de transporte y logística de alimentos, bebidas y materias primas en general.
- Huanguelén: Mapa con puntos destacados y señalética aprovechando los nomencladores de calles actuales.
- Villa La Arcadia: Mantenimiento de calles en el Barrio Ceferino, mejorar la provisión de servicios que se saturan en épocas de alta demanda.

Oferta de Servicios y Experiencias Turísticas

- Facilitar turismo social entre las localidades del Partido, e incorporar servicio de transporte para que la comunidad pueda trasladarse y participar de eventos.
- Facilitar trámites de habilitación con mayor acompañamiento.
- Excepción para el cobro de punitorios por la falta de presentación de planos de casas históricas / de valor patrimonial.
- Capacitaciones vinculadas al turismo.
- Huanguelén: Incorporar actividades tradicionalistas y pesca, promover actividades y eventos de perfil tradicionalista y gastronómico.
- Villa La Arcadia: Regularizar casas de alquiler turístico, foodtrucks, desarrollar el Circuito de Casas Históricas / Árboles Históricos, el Circuito de Artesanos, establecer la Fiesta del Otoño, conformación de una Comisión organizadora para Semana Santa.

Marketing y Comercialización

- Acciones específicas dirigidas al segmento adultos mayores en la región.
- Huanguelén: Folletería con mapa e información del pueblo y prestadores, establecer un centro de informes turísticos y/o incorporar un referente como nexos con la Subdirección de Turismo.
- Villa La Arcadia: acciones de marketing, promoción y comercialización dirigidas a Capital Federal.

Fuente: elaboración propia

TAREA 6. FORMULACIÓN DEL PLAN OPERACIONAL

El Plan Operacional (PO) es una herramienta de gestión que permite planificar las acciones que una organización debe realizar a futuro para alcanzar los objetivos propuestos. De esta manera, este facilita la ejecución de la estrategia del Plan, a través del seguimiento de los lineamientos y ejes estratégicos trazados, la administración eficaz de los recursos disponibles y la definición de qué acciones deberían implementarse a partir de la obtención de recursos externos.

El PO se encuentra conformado jerárquicamente por Programas, Proyectos y Acciones;

Programas: parten de los Ejes Estratégicos del Plan, agrupando en el más alto nivel las actuaciones que permitirán alcanzar los propósitos y objetivos propuestos.

Proyectos: representan un nivel intermedio entre los Programas y las Acciones, para abordar objetivos específicos que tributen a alcanzar los objetivos del Plan. Agrupan un conjunto de acciones concretas.

Acciones: comprenden las actividades específicas que se ejecutan en el marco de la implementación de un proyectos.

Tabla N° 40. Programas y Proyectos

PROGRAMAS	PROYECTOS
1. GOBERNANZA DEL DESTINO	1.1 Ente Suárez Turismo 1.2 Comité Municipal de Turismo 1.3 Plataforma de Participación Social 1.4 Observatorio Económico de Turismo
2. PATRIMONIO DEL PARTIDO	2.1 Puesta en valor del patrimonio arquitectónico 2.2 Puesta en valor del patrimonio inmaterial 2.3 Puesta en valor del patrimonio natural 2.4 Intervenciones museológicas y museográficas
3. SERVICIOS DE APOYO E INFRAESTRUCTURA	3.1 Servicios básicos 3.2 Conectividad física territorial 3.3 Transporte público y servicios multimodales 3.4 Señalética vial 3.5 Señalética turística interpretativa 3.6 Conectividad digital
4. OFERTA DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	4.1 Ampliación y diversificación de la oferta 4.2 Experiencias y productos turísticos auténticos 4.3 Talento local, calidad y sustentabilidad 4.4 Fortalecimiento del Entramado Socio Productivo Local a través del Turismo
5. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	5.1 Posicionamiento de productos y experiencias 5.2 Gestión de Marca 5.3 Desarrollo y puesta en marcha del sitio web y gestión de redes sociales

	5.4 Vinculación con la cadena comercial 5.5 Experiencia del visitante
--	--

Fuente: elaboración propia

Enlace a la Tabla de Síntesis del Plan Operacional:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1s_cEx3FV8Y96jil7xq7e7sdK6skS3vVDi5Wh1j841Zo/edit#gid=0

6.1 PROGRAMA 1: GOBERNANZA DEL DESTINO

Objetivo: Constituir un espacio de trabajo que permita la articulación, cooperación y compromiso de los actores locales para gestionar mancomunadamente la implementación del plan, el seguimiento del proceso de ejecución y todas aquellas iniciativas vinculadas al desarrollo turístico del Partido de Coronel Suárez.

6.1.1 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 41. Proyectos - Gobernanza

PROYECTOS	DESCRIPCIÓN
1.1 Ente Suárez Turismo	Creación e implementación de un modelo de gobernanza que permita un alto nivel de cooperación y compromiso entre los actores del sector público, los prestadores de servicios turísticos y las asociaciones, a fin de gestionar de manera conjunta y articulada la implementación de las actuaciones e iniciativas del Plan Horizonte Suárez en pos de lograr los propósitos y objetivos propuestos. En este sentido, se sugiere la creación del Ente Mixto de Turismo de Coronel Suárez (ENTE SUÁREZ TURISMO).
1.2 Comité Municipal de Turismo	Creación e implementación de un Comité Municipal de Turismo compuesto por referentes del sector público, con el objetivo de coordinar y asegurar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas áreas municipales con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del Partido.
1.3 Plataforma de Participación Social	Puesta en marcha de la Plataforma de Participación Social del ENTE SUÁREZ TURISMO como canal de comunicación abierta y transparencia de gestión.
1.4 Observatorio Económico de Turismo	Desarrollo de un esquema metodológico de medición estadística para monitorear los impactos económicos directos e indirectos de la actividad turística en el Partido de Coronel Suárez.

Fuente: elaboración propia

6.1.2 PROGRAMAS, PROYECTOS, ACCIONES E INDICADORES

Tabla N° 42. Acciones e Indicadores - Gobernanza

PROYECTO 1.1 Ente Suárez Turismo		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO

1.1.1 Creación y puesta en marcha.	1.1.1.1 Acuerdo de creación del EST, elaborado y firmado. 1.1.1.2 EST en funcionamiento. 1.1.1.3 Plan Operativo Anual diseñado y ejecutado.	1.1.1.1.1 Cantidad de proyectos formulados y gestionados.
PROYECTO 1.2 Comité Municipal de Turismo (CMT)		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
1.2.1 Creación y puesta en marcha.	1.2.1.1 Creación del CMT. 1.2.1.2 CMT en funcionamiento. 1.2.1.3 Plan Operativo Anual diseñado y ejecutado.	1.2.1.1.1 Cantidad de proyectos formulados y gestionados.
PROYECTO 1.3 Plataforma de Participación social (PPS)		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
1.3.1 Creación y puesta en marcha.	1.3.1.1 Configuración de la Plataforma de Participación Social 1.3.1.2 Plataforma de Participación Social en funcionamiento.	1.3.1.1.1 Cantidad de proyectos formulados y gestionados.
PROYECTO 1.4 Observatorio Económico de Turismo (OET)		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
1.4.1 Definición del alcance del Observatorio, indicadores a utilizar y el universo a investigar.	1.4.1.1 Indicadores de monitoreo identificados.	
1.4.2 Diseño de la metodología de recolección y procesamiento de datos.	1.4.2.1 Metodología de recolección y procesamiento de datos diseñada.	
1.4.3 Implementación	1.4.3.1 Relevamientos de datos	

<p>de los relevamientos de datos.</p> <p>1.4.4 Producción y difusión de resultados</p>	<p>realizados.</p> <p>1.4.3.2 Manual de implementación desarrollado.</p> <p>1.4.4.1 Informes de resultados realizados.</p>	<p>1.4.4.1.1 Resultados estadísticos publicados y difundidos.</p>
--	--	---

Fuente: elaboración propia

6.2 PROGRAMA 2: PATRIMONIO DEL PARTIDO

Objetivo: Impulsar iniciativas que permitan la restauración, preservación y plan de uso del patrimonio arquitectónico de valor histórico-cultural y del patrimonio natural asociado a la biodiversidad y el paisaje del Partido; y el rescate y fomento del patrimonio cultural material e inmaterial constituido por las tradiciones, festividades, producciones artesanales y expresiones artísticas.

6.2.1 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 43. Proyectos - Patrimonio

PROYECTOS	DESCRIPCIÓN
2.1 Puesta en valor del patrimonio arquitectónico	Gestión con los organismos correspondientes de iniciativas orientadas a la restauración, preservación y plan de uso público de edificios, obras físicas y otros espacios que conforman el patrimonio arquitectónico de Coronel Suárez, en perspectiva a su aprovechamiento turístico. Entre las acciones más relevantes se propone establecer un marco normativo y fiscal proactivo para la protección patrimonial y el uso turístico de propiedades de valor patrimonial.
2.2 Puesta en valor del patrimonio inmaterial	Promover el rescate del conjunto de bienes y recursos de la naturaleza de relevancia, de manera tal que puedan ser puestos en valor e integrarlos a las propuestas turísticas.
2.3 Puesta en valor del patrimonio natural	Promover el rescate del conjunto de bienes y recursos de la naturaleza de relevancia, de manera tal que puedan ser puestos en valor e integrarlos a las propuestas turísticas.
2.4 Intervenciones museológicas y museográficas	Comprende el despliegue de intervenciones en pos de mejorar la presentación museológica y museográfica del patrimonio y garantizar una experiencia que pueda ser aprovechable en mayor medida por los visitantes.

Fuente: elaboración propia

6.2.2 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 44. Acciones e Indicadores - Patrimonio

PROYECTO 2.1 Puesta en valor del patrimonio arquitectónico		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO

2.1.1 Inventario de propiedades de valor patrimonial.	2.1.1.1 Elaboración de un inventario de propiedades de valor patrimonial. 2.1.1.2 Normas de protección del conjunto patrimonial producidas.	2.1.1.1.1 Finalización del inventario de propiedades de valor patrimonial. 2.1.1.2.1 Cantidad de bienes patrimoniales preservados mediante normativa.
2.1.2 Reconversión turística de propiedades de valor patrimonial.	2.1.2.1 Proyecto normativo-fiscal Reconversión turística de propiedades de valor patrimonial.	2.1.2.1.1 Cantidad de servicios turísticos que preservan y ponen en valor propiedades de interés patrimonial.
2.1.3. Puesta en valor de la Estación FFCC Quiñihual.	2.1.3.1 Obras de mantenimiento y restauración de la estación.	2.1.3.1.1 Estación del FFCC Quiñihual puesta en valor.
2.1.4. Preservación del casco histórico de Villa La Arcadia.	2.1.4.1 Proyecto de Ordenanza para la preservación del casco histórico de Villa La Arcadia.	2.1.4.1.1 Sanción de Ordenanza para la preservación del casco histórico de Villa La Arcadia.
2.1.5. Cura Malal: Museo a cielo abierto.	2.1.5.1 Proyecto de Ordenanza de protección patrimonial del pueblo de Cura Malal.	2.1.5.1.1 Sanción de la Ordenanza de protección patrimonial del pueblo de Cura Malal.

PROYECTO 2.2 Puesta en valor del patrimonio inmaterial

ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
2.2.1 Puesta en valor de actividades tradicionalistas en Huanguelén.	2.2.1.1 Conformación de agenda de actividades tradicionalistas en Huanguelén.	2.2.1.1.1 Cantidad de nuevas propuestas turísticas que ponen en valor las actividades tradicionalistas en Huanguelén
2.2.2 Circuito de los Artesanos en Villa La Arcadia - Huipil.	2.2.2.1 Diseño de Circuito de los Artesanos.	2.2.2.1.1 Circuito de los Artesanos diseñado y en promoción.
2.2.3 Diseño de actividades que pongan en valor la	2.2.3.1 Acciones de recuperación, reconocimiento	2.2.3.1.1 Cantidad de emprendimientos gastronómicos

<p>cultura alemana.</p> <p>2.2.4 Promoción del legado de personalidades destacadas del Partido.</p> <p>2.2.5 Diseño de actividades participativas para comunidad y visitantes.</p> <p>2.2.6 Desarrollo de nuevas festividades.</p>	<p>y puesta en valor de la gastronomía típica realizadas.</p> <p>2.2.3.2 Acciones de rescate y promoción de tradiciones realizadas.</p> <p>2.2.4.1 Acciones de rescate y promoción de expresiones artístico-culturales realizadas.</p> <p>2.2.5.1 Actividades participativas realizadas.</p> <p>2.2.6.1 Organización de nuevas festividades.</p>	<p>con oferta de platos típicos.</p> <p>2.2.3.2.1 Cantidad de personas que asisten a actividades vinculadas a las tradiciones.</p> <p>2.2.4.1.1 Cantidad de personas que llevan adelante expresiones artístico-culturales.</p> <p>2.2.5.1.1 Cantidad de actividades participativas realizadas.</p> <p>2.2.6.1.1 Cantidad de nuevas festividades organizadas.</p>
<p>PROYECTO 2.3 Puesta en valor del patrimonio natural</p>		
<p>ACCIONES</p>	<p>INDICADORES DE CUMPLIMIENTO</p>	<p>INDICADORES DE RESULTADO</p>
<p>2.3.1 Mapa de problemáticas medioambientales a solucionar.</p> <p>2.3.2 Ampliación de la declaratoria de Paisajes Protegidos.</p> <p>2.3.3 Protección de árboles históricos en Villa La</p>	<p>2.3.1.1 Identificación de problemáticas medioambientales.</p> <p>2.3.1.2 Proyectos para la solución de problemáticas medioambientales aprobados.</p> <p>2.3.2.1 Identificación de recursos naturales patrimonializables.</p> <p>2.3.2.2 Proyectos para patrimonialización natural aprobados.</p> <p>2.3.3.1 Formulación de proyecto de ordenanza.</p>	<p>2.3.1.1.1 Finalización de un Mapa de problemáticas medioambientales a solucionar.</p> <p>2.3.1.1.2 Cantidad de proyectos para la solución de problemáticas medioambientales aprobados.</p> <p>2.3.1.1.3 Cantidad de proyectos para la solución de problemáticas medioambientales ejecutados y finalizados.</p> <p>2.3.2.1.1 Cantidad de recursos naturales patrimonializables identificados.</p> <p>2.3.2.2.1 Cantidad de recursos naturales patrimonializados.</p> <p>2.3.3.1 Ordenanza para la protección de árboles históricos</p>

Arcadia. 2.3.4 Desarrollo de mapa sonoro de aves del distrito. 2.3.5 Diseño de guía interpretativa de aves y plantas nativas. 2.3.6 Paseo Verde La Loma, de Cura Malal.	2.3.4.1 Mapa sonoro de aves del distrito ejecutado. 2.3.5.1 Guía interpretativa de aves y plantas nativas ejecutada. 2.3.6.1 Proyecto ejecutivo Paseo Verde La Loma diseñado.	VLA aprobado. 2.3.4.1 Mapa sonoro de aves del distrito en difusión. 2.3.5.1.1 Guía interpretativa de aves y plantas nativas en difusión. 2.3.6.1.1 Proyecto Paseo Verde La Loma ejecutado.
PROYECTO 2.4 Intervenciones museológicas y museográficas		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
2.4.1 Promover la integración comunitaria de un archivo histórico. 2.4.2 Diseño de guiones interpretativos para circuitos históricos-culturales. 2.4.3 Creación del Museo Histórico de Coronel Suárez. 2.4.4 Intervención museística en Centro Cultural Héctor Maier Schwerdt y archivo histórico. 2.4.5 Intervención museística en proyecto Museo histórico dinámico de Agricultura en la Colonia San José.	2.4.1.1 Proyecto para la integración comunitaria de un archivo histórico aprobado. 2.4.2.1 Proyecto para la construcción de guiones interpretativos aprobado. 2.4.3.1 Proyecto para la creación del Museo de Coronel Suárez aprobado. 2.4.4.1 Proyecto para la intervención museística en Centro Cultural Héctor Maier Schwerdt aprobado. 2.4.5.1 Proyecto para la intervención museística en el proyecto del Museo histórico dinámico de Agricultura en la Colonia San José aprobado. 2.4.6.1 Proyecto para la	2.4.1.1.1 Archivo histórico comunitario integrado. 2.4.2.1.1 Cantidad de guiones interpretativos creados e implementados en actividades/experiencias turísticas. 2.4.3.1.1 Inauguración del Museo de Coronel Suárez. 2.4.4.1.1 Reinauguración del museo del Centro Cultural Héctor Maier Schwerdt en la Colonia Santa María. 2.4.5.1.1 Inauguración del museo de Colonia San José.

2.4.6 Creación del Museo del Polo.	creación del Museo del Polo aprobado.	2.4.6.1.1 Inauguración del Museo del Polo.
------------------------------------	---------------------------------------	--

Fuente: elaboración propia

6.3 PROGRAMA 3: SERVICIOS DE APOYO E INFRAESTRUCTURA

Objetivo: Promover las obras de mejoramiento de calzadas y señalética de las rutas y caminos rurales para acceder al Partido y desplazarse dentro de él; estimular servicios multimodales de transporte entre las diferentes localidades del Partido y la región; desarrollar la señalética interpretativa turística; y gestionar el compromiso de las inversiones en antenas de comunicación que permitan garantizar la conectividad digital en el destino.

6.3.1 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 45. Proyectos - Servicios de apoyo e infraestructura

PROYECTOS	DESCRIPCIÓN
3.1 Servicios básicos	Mejora y ampliación del acceso a los servicios básicos en zonas estratégicas para el desarrollo turístico.
3.2 Conectividad física territorial	Impulso de las obras de mejoramiento de las rutas y caminos rurales que permiten acceder al destino y desplazarse dentro de él.
3.3 Transporte público y servicios multimodales	Promoción del fortalecimiento del transporte público y la incorporación de servicios multimodales de transporte que permitan la conectividad de las diferentes localidades del Partido y la región.
3.4 Señalética vial	Promoción de la incorporación de señalética vial para el acceso al distrito desde los diferentes mercados emisores así como para el acceso a las diferentes localidades y pueblos rurales.
3.5 Señalética turística interpretativa	Incorporación de señalética interpretativa turística, a la cual pueden integrarse ciertas herramientas que contribuyan a generar experiencias interactivas por parte de los visitantes o incluso, incorporando alternativas que brinden soluciones a personas con discapacidad.
3.6 Conectividad digital	Gestión para la promoción de inversiones en antenas de comunicación y Zonas de acceso a WiFi que permitan garantizar la conectividad digital en el destino, reconociendo la importancia que actualmente poseen en la reserva y comercialización de servicios, la experiencia de viaje y el nivel de satisfacción de los viajeros.

Fuente: elaboración propia

6.3.2 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 46. Acciones e Indicadores - Servicios de apoyo e infraestructura

PROYECTO 3.1 Servicios básicos		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.1.1 Mejora de la Red de agua en Villa La Arcadia	3.1.1.1 Gestión de proyecto de mejora y/o ampliación de la Red de agua en Villa La Arcadia.	3.1.1.1.1 Proyecto de mejora y/o ampliación de la Red de agua en Villa La Arcadia ejecutado.
3.1.2 Gestión integral de residuos incluyendo momentos de alta demanda.	3.1.2.1 Proyecto de residuos incluyendo momentos de alta demanda.	3.1.1.2.1 Proyecto de residuos incluyendo momentos de alta demanda ejecutado.
3.1.3 Instalación de baños públicos cercanos al Balneario de Villa La Arcadia y en locaciones de eventos.	3.1.3.1 Proyecto de instalación de baños públicos cercanos al Balneario de Villa La Arcadia y en locaciones de eventos.	3.1.3.1 Proyecto de instalación de baños públicos cercanos al Balneario de Villa La Arcadia y en locaciones de eventos ejecutado.
PROYECTO 3.2 Conectividad física territorial		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.2.1 Gestión para la puesta en marcha de obras viales en ruta Cnel Suárez - Villa La Arcadia.	3.2.1.1 Gestión realizada para la puesta en marcha de obras viales en ruta Cnel Suárez - Villa La Arcadia.	3.2.1.1.1 Obra de mejora ejecutada en ruta Cnel Suárez - Villa La Arcadia.
3.2.2 Gestión para la puesta en marcha de obras viales en ruta Cnel Suárez - Guaminí.	3.2.2.1 Gestión realizada para la puesta en marcha de obras viales en ruta Cnel Suárez - Guaminí.	3.2.2.1.1 Obra de mejora ejecutada en ruta Cnel Suárez - Guaminí.
3.2.3 Gestión para la puesta en marcha de obras viales en rutas internas y caminos rurales.	3.2.3.1 Gestión realizada para la puesta en marcha de obras viales en rutas internas y caminos rurales.	3.2.3.1.1 Obras viales en rutas internas y caminos rurales ejecutadas.
3.2.4 Plan de mejora de caminos de tierra en Villa	3.2.4.1 Plan de mejora de caminos de tierra en Villa La	3.2.4.1.1 Plan de mejora de caminos de tierra en Villa La

La Arcadia, Barrio Ceferino. 3.2.5 Gestión para la obra del puente de acceso (Vado) en Villa La Arcadia.	Arcadia, Barrio Ceferino aprobado. 3.2.5.1 Gestión realizada para la obra del puente de acceso (Vado) en Villa La Arcadia.	Arcadia, Barrio Ceferino ejecutado.
PROYECTO 3.3 Transporte público y servicios multimodales		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.3.1 Incentivo a esquemas de conectividad intrarregional transporte automotor- Aeropuerto de Bahía Blanca.	3.3.1.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios multimodales terrestre/aéreo.	3.3.1.1.1 Desarrollo de servicio multimodal terrestre/aéreo.
3.3.2 Incentivo a esquemas de conectividad intrarregional transporte automotor - ferrocarril	3.3.2.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios multimodales terrestre/ferrocarril.	3.3.2.1.1 Desarrollo de servicio multimodal terrestre/ ferrocarril.
3.3.3 Incentivo al desarrollo de un servicio de transporte interurbano (público o privado) Cnel Suárez-Colonias Alemanas, y entre Colonias Alemanas durante el fin de semana.	3.3.3.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Colonias Alemanas, y entre Colonias Alemanas.	3.3.3.1.1 Desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Colonias Alemanas, y entre Colonias Alemanas.
3.3.4 Incentivo al desarrollo de un servicio de transporte interurbano (público o privado) entre Cnel Suárez-Villa La Arcadia durante el fin de semana.	3.3.4.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Villa La Arcadia.	3.3.4.1.1 Desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Villa La Arcadia.
3.3.5 Incentivo al desarrollo de un servicio de transporte interurbano (público o privado) entre Cnel Suárez-Huanguelén durante el fin de semana.	3.3.5.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Huanguelén.	3.3.5.1.1 Desarrollo de servicios de transporte interurbano Cnel Suárez-Huanguelén.
3.3.6 Incentivo al		3.3.6.1.1 Desarrollo de servicios de transporte en ocasión de fiestas.

desarrollo de servicios de transporte especial en ocasión de fiestas y eventos para facilitar el acceso a la población de las distintas localidades.	3.3.6.1 Gestiones realizadas para el desarrollo de servicios de transporte en ocasión de fiestas.	
PROYECTO 3.4 Señalética vial		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.4.1 Gestión para la incorporación/actualización de señalética vial en los diferentes puntos del Partido.	3.4.1.1 Incorporación/actualización de la señalética vial en puntos estratégicos del Partido.	3.4.1.1.1 Cantidad de señales instaladas en puntos estratégicos del Partido.
PROYECTO 3.5 Señalética turística interpretativa		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.5.1 Mapa de circuitos y puntos relevantes para señalética turística.	3.5.1.1 Mapa de señalética interpretativa turística ejecutado.	3.5.1.1.1 Cantidad de atractivos y circuitos puestos en valor a partir de la colocación de señalética interpretativa.
3.5.2 Establecimiento de un Manual de Comunicación con criterios específicos en materia de tamaño, infografía y diseño.	3.5.2.1 Establecimiento del Manual de Comunicación.	3.5.2.1.1 Manual de Comunicación implementado.
3.5.3 Desarrollo de contenido físico y digital.	3.5.3.1 Contenido físico y digital implementado.	
3.5.4 Incorporación de QR en cartelería, con información acerca de la oferta turística del partido.	3.5.4.1 Cartelería con QR.	3.5.4.1.1 Cantidad de visitas a través de códigos QR establecidos en atractivos y circuitos.
3.5.5 Readequación de la señalética actual a los nuevos criterios	3.5.5.1 Renovación de señalética ejecutada.	3.5.5.1.1. Cantidad de carteles renovados.

establecidos.		
PROYECTO 3.6 Conectividad digital		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
3.6.1 Identificación e instalación de acceso público WiFi y puntos de seguridad vial con WiFi en zonas prioritarias del distrito.	3.6.1.1 Gestión realizada para la instalación de antenas de conectividad móvil. 3.6.1.2 Gestión realizada para la instalación de Zonas de acceso WiFi.	3.6.1.1.1 Cantidad de antenas de conectividad móvil instaladas. 3.6.1.2.1 Cantidad de Zonas de acceso WiFi en el Partido.

Fuente: elaboración propia

6.4 PROGRAMA 4: OFERTA DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Objetivo: Promover políticas y normativas para impulsar y captar inversiones que permitan ampliar y diversificar la oferta turística existente, con foco en los servicios de alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, transporte, actividades rurales, culturales y recreativas, estimulando el talento local, la calidad, la innovación y la sustentabilidad en el diseño y desarrollo de la oferta; y promoviendo la participación de bienes y servicios locales dentro de la cadena de valor turístico.

6.4.1 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 47. Proyectos - Oferta de servicios y experiencias turísticas

PROYECTOS	DESCRIPCIÓN
4.1 Ampliación y diversificación de la oferta	Promoción de facilidades para captar inversiones que permitan ampliar y diversificar la oferta turística existente, con foco en los servicios de alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, transporte, actividades rurales, culturales y recreativas.
4.2 Regularización de la oferta de servicios	Establecimiento de esquemas de facilitación de habilitación y registro de la oferta de servicios y prestaciones turísticas en el Partido de Coronel Suárez.
4.3 Experiencias y productos turísticos auténticos	Promoción de la co creación de experiencias auténticas, integradas en circuitos, dentro cada localidad y entre las distintas localidades, así como vinculadas a temáticas específicas -en torno a personalidades destacadas, la masonería, el polo y otros atributos diferenciales-.
4.4 Talento local, Calidad y Sustentabilidad como valores diferenciales de la oferta del destino	Aporte de las herramientas necesarias para la puesta en valor y la mejora cualitativa de los servicios turísticos en su conjunto y la sensibilización turística de la comunidad.
4.5 Fortalecimiento del entramado socio productivo local a través del turismo	Potenciamiento y aumento de la participación de bienes y servicios locales tanto productivos como culturales y sociales dentro de la cadena de valor de las prestaciones y experiencias turísticas.

Fuente: elaboración propia

6.4.2 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 48. Acciones e Indicadores - Oferta de servicios y experiencias turísticas

PROYECTO 4.1 Ampliación y diversificación de la oferta		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
4.1.1 Estrategia para la captación de inversiones.	4.1.1.1 Mapa de oportunidades de inversión.	4.1.1.1.1 Aumento de la contratación de empleo local y compra local como consecuencia de los incentivos fiscales.
PROYECTO 4.2 Regularización de la oferta de servicios		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
4.2.1 Promoción de la regularización a través de hojas de ruta y acompañamiento personalizado.	4.2.1.1 Establecimiento de un esquema de facilitación para la regularización de la oferta informal de servicios turísticos en el destino.	4.2.1.1.1 Cantidad de nuevos emprendimientos regularizados.
4.2.2 Ordenanza con excepción al cobro de punitivos por la falta de presentación de planos para el uso turístico de casas históricas / de valor patrimonial.	4.2.2.1 Creación de la Ordenanza de excepción.	4.2.2.1.1 Cantidad de establecimientos impactados por la Ordenanza.
4.2.3 Registro de Servicios en el entorno rural y Registro de Guías de Turismo Local.	4.2.3.1 Instrumentación del Registro de Servicios en el entorno rural. 4.2.3.2 Instrumentación del Registro de Guías de Turismo Local.	4.2.3.1.1 Cantidad de servicios en el entorno rural registrados. 4.2.3.2.1 Cantidad de guías de turismo local registrados.
4.2.4 Regularización de casas y departamentos de alquiler con fines turísticos.	4.2.4.1 Instrumentación del Registro de casas y departamentos de alquiler con fines turísticos.	4.2.4.1.1 Cantidad de emprendimientos regularizados.
4.2.5 Instrumentación del		

Registro y fiscalización de alojamientos extra hoteleros.	4.2.5.1 Instrumentación del Registro de alojamientos extra hoteleros (casas y departamentos de alquiler con fines turísticos).	4.2.5.1.1 Cantidad de alojamientos extra hoteleros registrados.
4.2.6 Regularización de foodtrucks.	4.2.6.1 Instrumentación del Registro de foodtrucks	4.2.6.1.1 Cantidad de foodtrucks registrados.
PROYECTO 4.3 Experiencias y productos turísticos auténticos		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
4.3.1 Cocreación de experiencias vinculadas con las Colonias Alemanas.	4.3.1.1 Acciones para la cocreación de experiencias vinculadas al circuito de las Colonias Alemanas.	4.3.1.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias. 4.3.1.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.
4.3.2 Diseño de agenda de actividades vinculadas al Circuito Sergio Denis - Colonia San José.	4.3.2.1 Acciones para diseño de agenda de actividades vinculadas al Circuito Sergio Denis - Colonia San José.	4.3.2.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias. 4.3.2.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.
4.3.3 Cocreación de experiencias vinculadas a Larralde, el arte y el tradicionalismo en Huanguelén.	4.3.3.1 Acciones para la cocreación de experiencias vinculadas a Larralde, el arte y el tradicionalismo en Huanguelén.	4.3.3.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias. 4.3.3.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.
4.3.4 Cocreación de experiencias vinculadas con el Circuito histórico-cultural en Coronel Suárez.	4.3.4.1 Acciones para la cocreación de experiencias vinculadas con el Circuito histórico-cultural en Coronel Suárez.	4.3.4.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias. 4.3.4.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.
4.3.5 Cocreación de		

<p>experiencias vinculadas a los artesanos en Villa La Arcadia.</p> <p>4.3.6 Ampliación de la red de senderos para el desarrollo de experiencias ligadas al senderismo, el cicloturismo y el trekking.</p> <p>4.3.7 Desarrollo de experiencias wellness en Villa La Arcadia. Captación de encuentros asociados a esta temática.</p> <p>4.3.8 Puesta en valor de almacenes, clubes y pulperías en pueblos rurales.</p> <p>4.3.9 Desarrollo de experiencias vinculadas a la vida en el campo y el tradicionalismo vinculando los distintos pueblos rurales.</p> <p>4.3.10 Desarrollo de experiencias vinculadas a la producción y artesanías.</p>	<p>4.3.5.1 Acciones para la cocreación de experiencias vinculadas a los artesanos en Villa La Arcadia.</p> <p>4.3.6.1 Acciones para la ampliación de la red de senderos para el desarrollo de experiencias ligadas al senderismo, el cicloturismo y el trekking.</p> <p>4.3.7.1 Acciones para el desarrollo de experiencias wellness en Villa La Arcadia. Captación de encuentros asociados a esta temática.</p> <p>4.3.8.1 Acciones para la puesta en valor de almacenes, clubes y pulperías en pueblos rurales.</p> <p>4.3.9.1 Acciones para el Desarrollo de experiencias vinculadas a la vida en el campo y el tradicionalismo vinculando los distintos pueblos rurales.</p> <p>4.3.10.1 Acciones para el Desarrollo de experiencias vinculadas a la producción y artesanías.</p>	<p>4.3.5.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.5.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.6.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.6.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.7.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.7.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.8.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.8.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.9.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.9.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.10.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores</p>
---	---	--

<p>4.3.11 Desarrollo de actividades de cabalgata en Huanguelén y Piñeyro.</p> <p>4.3.12 Calendarización de eventos deportivos.</p> <p>4.3.13 Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de la Fiesta del Otoño en Villa La Arcadia.</p> <p>4.3.14 Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de encuentros tradicionalistas en Huanguelén.</p> <p>4.3.15 Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de la Fiesta de la Lavanda.</p>	<p>4.3.11.1 Acciones para el Desarrollo de actividades de cabalgata en Huanguelén y Piñeyro.</p> <p>4.3.12.1 Desarrollo de la Calendarización de eventos deportivos.</p> <p>4.3.13.1 Desarrollo del Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de la Fiesta del Otoño en Villa La Arcadia.</p> <p>4.3.14.1 Desarrollo del Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de encuentros tradicionalistas en Huanguelén.</p> <p>4.3.15.1 Desarrollo del Diseño, organización e incorporación al calendario de eventos de la Fiesta de la Lavanda.</p>	<p>locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.10.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.11.1.1 Nuevos vínculos y articulación entre actores locales para el diseño de experiencias.</p> <p>4.3.11.1.2 Cantidad de experiencias turísticas a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.12.1.1 Cantidad de eventos deportivos a disposición de los mercados.</p> <p>4.3.13.1.1 Realización de la Fiesta del Otoño en Villa La Arcadia.</p> <p>4.3.14.1.1 Realización de encuentros tradicionalistas en Huanguelén.</p> <p>4.3.15.1.1 Realización de la Fiesta de la Lavanda</p>
<p align="center">PROYECTO 4.4 Talento local, Calidad y Sustentabilidad como valores diferenciales de la oferta del destino</p>		
<p align="center">ACCIONES</p>	<p align="center">INDICADORES DE CUMPLIMIENTO</p>	<p align="center">INDICADORES DE RESULTADO</p>

<p>4.4.1 Capacitación: Atención al turista y puntos claves del servicio para prestadores turísticos y abierta a la comunidad.</p>	<p>4.4.1.1 Acciones de capacitación a prestadores turísticos abiertas a la comunidad.</p>	<p>4.4.1.1.1 Cantidad de capacitaciones ejecutadas. 4.4.1.1.2 Cantidad de personas alcanzadas (prestadores y vecinos de la comunidad). 4.4.1.1.3 Nivel de satisfacción con las capacitaciones brindadas. 4.4.1.1.4 Mejoras implementadas en los establecimientos turísticos a partir del contenido de las capacitaciones y la asistencia técnica.</p>
<p>4.4.2 Capacitación: Buenas prácticas medioambientales en establecimientos turísticos.</p>	<p>4.4.2 Acciones de capacitación en buenas prácticas ambientales.</p>	<p>4.4.2.1 Buenas prácticas ambientales implementadas a partir de la capacitación en la oferta de servicios.</p>
<p>4.4.3 Capacitación: Accesibilidad universal.</p>	<p>4.4.3.1 Acciones de capacitación / sensibilización para mejorar la accesibilidad universal.</p>	<p>4.4.3.1.1 Ajustes razonables en materia de accesibilidad universal implementados a partir de la capacitación en la oferta de servicios.</p>
<p>4.4.4 Asistencia técnica sobre oportunidades de mejora a prestadores turísticos.</p>	<p>4.4.4.1 Acciones de asistencia técnica a prestadores turísticos para detectar oportunidades de mejora.</p>	<p>4.4.4.1.1 Cantidad de usuarios satisfechos.</p>
<p>4.4.5 Encuestas de percepción / satisfacción a turistas y vecinos.</p>	<p>4.4.5.1 Realización de encuestas de percepción / satisfacción a turistas.</p>	<p>4.4.5.1.1 Cantidad de encuestas de percepción / satisfacción realizadas a turistas.</p>
<p>4.4.6 Formación de anfitriones turísticos en la comunidad.</p>	<p>4.4.5.2 Implementación de encuesta de percepción / satisfacción turística a vecinos.</p>	<p>4.4.5.2.1 Cantidad de encuestas de percepción / satisfacción realizadas a vecinos.</p>
<p>4.4.6 Formación de anfitriones turísticos en la comunidad.</p>	<p>4.4.6.1 Acciones de formación de anfitriones turísticos a actores clave.</p>	<p>4.4.6.1.1 Cantidad de anfitriones turísticos en el distrito.</p>

4.4.7 Sensibilización en colegios acerca del desarrollo local a través del turismo.	4.4.7.1 Acciones de sensibilización turística dirigidas a jóvenes y niños de la comunidad.	4.4.7.1.1 Cantidad de jóvenes y niños de la comunidad participantes de las acciones de sensibilización turística.
4.4.8 Programa “Vecinos” para que más suarenses conozcan el Partido.	4.4.8.1 Creación e implementación del Programa “Vecinos”	4.4.8.1.1 Cantidad de vecinos alcanzados por el Programa.

PROYECTO 4.5 Fortalecimiento del entramado socio productivo local a través del turismo

ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
4.5.1 Generación de espacios de vinculación para productores y prestadores turísticos.	4.5.1.1 Generación de espacios de vinculación para productores y prestadores turísticos.	4.5.1.1 Cantidad de espacios de vinculación.
4.5.2 Incorporación de productos locales y consolidación de “vidrieras” de la producción y la cultura local en los establecimientos turísticos.	4.5.2.1 Incorporación de productos locales en los servicios turísticos. 4.5.2.2 Consolidación de vidrieras / puntos de venta de la producción y la cultura local en establecimientos turísticos.	4.5.2.1.1 Cantidad de productos locales en prestaciones turísticas. 4.5.2.2.1 Cantidad de establecimientos turísticos con productos locales.
4.5.3 Incentivo al consumo local de bienes y servicios en las prestaciones turísticas a través de marcos normativos y fiscales atractivos.	4.5.3.1 Establecimiento de marco normativo y fiscal para el incentivo de consumo local por parte de establecimientos turísticos.	4.5.3.1.1 Cantidad de bienes y productos locales consumidos en las prestaciones turísticas.
4.5.4 Creación de un sello/marca para la producción local.	4.5.4 Establecimiento de sello/marca para la producción local.	4.5.4.1 Cantidad de productos locales con sello/marca.

Fuente: elaboración propia

6.5 PROGRAMA 5: MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivo: Desarrollar acciones de promoción y comercialización turística del Partido de Coronel Suárez que permitan ponerlo en consideración de los mercados como destino de viaje y base para recorrer la región.

6.5.1 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 49. Proyectos - Marketing y comercialización

PROYECTOS	DESCRIPCIÓN
5.1 Posicionamiento de productos y experiencias	Desarrollo de campañas de comunicación conjunta entre el destino y los prestadores turísticos para presentar los macro productos asociados al turismo de deportes, turismo de naturaleza, turismo rural y turismo cultural, las experiencias turísticas de cada localidad y las fechas más relevantes del calendario de eventos deportivos y culturales.
5.2 Gestión de marca	Puesta en valor de la Marca Turística de Coronel Suárez como elemento de posicionamiento, destacando los valores identitarios del destino y sus valores diferenciales de autenticidad, calidad y sustentabilidad.
5.3 Desarrollo y puesta en marcha del Sitio web de Turismo	Desarrollo del sitio web oficial de Turismo en Coronel Suárez como una "vidriera" de las prestaciones turísticas, la oferta cultural y artística local, la producción y artesanías, incluyendo la diversidad de actores y experiencias que conforman el territorio.
5.4 Vinculación con la cadena comercial	Generación de vínculos con agencias de viaje regionales y otros socios estratégicos que permitan dar visibilidad y comercializar los diversos productos turísticos en los mercados estratégicos.
5.5 Experiencia del visitante	Mejora de la calidad de la experiencia del visitante a través de la mejora de la red de oficinas de información turística y acciones que posibiliten la interacción del turista con el destino.

Fuente: elaboración propia

6.5.2 PROGRAMAS, PROYECTOS Y DESCRIPCIÓN

Tabla N° 50. Acciones e Indicadores - Marketing y comercialización

PROYECTO 5.1 Posicionamiento de productos y experiencias		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO

<p>5.1.1 Definición de estrategias online con contenido diferencial para cada macro producto.</p>	<p>5.1.1.1 Actuaciones en redes sociales y de posicionamiento tanto SEO como SEM.</p>	<p>5.1.1.1.1 Incremento de seguidores en las redes sociales. 5.1.2.1.1 Cantidad de interacciones. 5.1.2.1.2. Cantidad de publicaciones compartidas y guardadas 5.1.2.1.3 Cantidad de veces que se usa determinado #</p>
<p>5.1.2 Calendario de publicaciones.</p>	<p>5.1.2.1 Calendario de publicaciones ejecutado.</p>	<p>5.1.2.1.4 Cantidad de actores del destino usando el mismo #</p>
<p>5.1.3 Misiones comerciales en mercados estratégicos.</p>	<p>5.1.3.1 Misiones comerciales en mercados estratégicos realizadas.</p>	<p>5.1.3.1.1 Cantidad de personas alcanzadas en misiones comerciales en mercados estratégicos.</p>
<p>5.1.4 Acciones especiales para la presentación de experiencias.</p>	<p>5.1.4.1 Acciones para la presentación de experiencias ejecutadas.</p>	<p>5.1.4.1.1 Cantidad de asistentes a la presentación de experiencias. 5.1.4.1.1 Cantidad de interacciones generadas con socios estratégicos para la presentación de experiencias.</p>
<p>5.1.5 Desarrollo de fampress y gacetillas de prensa para el posicionamiento de experiencias.</p>	<p>5.1.5.1 Fampress realizados y gacetillas de prensa enviadas .</p>	<p>5.1.5.1.1 Cantidad de periodistas contactados en Fampress y gacetillas de prensa. 5.1.5.1.2 Cantidad de notas publicadas.</p>
<p>5.1.6 Participación en ferias y congresos.</p>	<p>5.1.6.1 Presencia en Ferias y Congresos</p>	<p>5.1.6.1.1 Personas alcanzadas por la participación en ferias y congresos.</p>
<p>5.1.7 Captación de eventos asociados a macro productos priorizados.</p>	<p>5.1.7.1 Gestiones realizadas para la captación de eventos</p>	<p>5.1.7.1.1 Cantidad de eventos desarrollados. 5.1.7.1.2 Cantidad de personas asistentes a cada evento. 5.1.7.1.3 Consumo turístico</p>

		generado por cada evento.
PROYECTO 5.2 Gestión de marca		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
5.2.1 Definición de isologotipo y mensaje global.	5.2.1.1 Isologotipo y mensaje global aplicados a campañas de comunicación del Municipio y conjuntas con prestadores.	5.2.1.1.1 Grado de reconocimiento por parte del público objetivo. 5.2.1.1.2 Grado de reconocimiento por parte de la comunidad suarensa.
5.2.2 Comunicación de los nuevos atributos diferenciales de la marca.	5.2.2.1 Atributos diferenciales de marca incluidos en campañas específicas online y offline.	5.2.2.1.1 Grado de asociación de la marca con los atributos diferenciales por parte del público objetivo. 5.2.2.1.2 Grado de asociación de la marca con los atributos diferenciales por parte de la comunidad suarensa.
5.2.3 Creación de una Mesa de coordinación de promoción turística.	5.2.3.1 Mesa de coordinación de promoción turística conformada.	5.2.3.1.1 Cantidad de acciones ejecutadas por iniciativa de la Mesa de coordinación de promoción turística.
5.2.4 Calendario de acciones de promoción en otros destinos.	5.2.4.1 Acciones de promoción en otros destinos ejecutadas.	5.2.4.1.1 Cantidad de acciones de promoción en otros destinos. 5.2.4.1.2 Cantidad de personas alcanzadas por acciones de promoción en otros destinos.
5.2.5 Creación de merchandising con participación de artesanos y productores locales.	5.2.5.1 Merchandising con identidad local.	5.2.5.1.1 Variedad de merchandising disponible con identidad local.
5.2.6 Prensa y campañas publicitarias.	5.2.6.1 Campañas publicitarias ejecutadas y difundidas.	5.2.6.1.1 Alcance de campañas publicitarias.
	5.2.7.1 Banco de contenidos	

5.2.7 Banco de contenidos audiovisuales	audiovisuales actualizado	5.2.7.1.1 Cantidad de piezas audiovisuales producidas.
PROYECTO 5.3 Desarrollo y puesta en marcha del Sitio web de Turismo		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
5.3.1 Desarrollo de sitio web del destino.	5.3.1.1 Sitio web desarrollado.	5.3.1.1.1 Cantidad de visitas al sitio web.
5.3.2 Promoción de experiencias y prestaciones turísticas.	5.3.2.1 Publicaciones relacionadas con experiencias y prestaciones turísticas	5.3.2.1.1 Consultas realizadas a prestadores turísticos a través del sitio web.
PROYECTO 5.4 Vinculación con la cadena comercial		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO

5.4.1 Identificación e incorporación de socios estratégicos.	5.4.1.1 Vinculación con socios estratégicos por producto y mercado estratégico.	5.4.1.1.1 Cantidad de acciones con socios estratégicos por producto y mercado estratégico.
5.4.2 Capacitación a socios estratégicos y equipos de venta de agencias de viaje sobre productos y experiencias en el destino.	5.4.2.1 Vinculación con agencias de viaje en mercados estratégicos.	5.4.2.1.1 Cantidad de capacitaciones realizadas. 5.4.2.1.2 Cantidad de agencias de viaje y socios estratégicos que incluyen a Cnel Suárez en su portfolio comercial.
5.4.3 Viajes de familiarización.	5.4.3.1 Viajes de familiarización realizados.	5.4.3.1.1 Cantidad de asistentes a viajes de familiarización.
5.4.4 Desarrollo de acciones conjuntas para el posicionamiento de experiencias con socios estratégicos.	5.4.4.1 Acciones conjuntas con socios estratégicos para el posicionamiento de experiencias.	5.4.4.1.1 Cantidad de turistas que consumen nuevas experiencias en Coronel Suárez.
PROYECTO 5.5 Experiencia del visitante		
ACCIONES	INDICADORES DE CUMPLIMIENTO	INDICADORES DE RESULTADO
5.5.1 Ampliación y mejora de la experiencia en oficinas y puntos de información turística.	5.5.1.1 Ampliación de oficinas y puntos de información turística.	5.5.1.1.1 Número de oficinas y puntos de información turística. 5.5.1.1.2 Número de visitantes a oficinas de información turística. 5.5.1.1.3 Resultados de encuestas de satisfacción en oficinas y puntos de información turística.
5.5.2 Incorporación de	5.5.2.1 Herramientas de	5.5.2.1.1 Cantidad de herramientas interactivas

herramientas de interacción del visitante con el destino.	interacción del visitante con el destino a disposición.	puestas a disposición del visitante.
---	---	--------------------------------------

Fuente: elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

Aramburu, S. (2021). Artículo: Legislación del turismo rural en la República Argentina. El dial.com. Biblioteca Jurídica Online, Buenos Aires, Argentina.

Del Busto, E. (2018). El fomento y la regulación jurídica del turismo rural en la República Argentina. Universidad Virtual de Quilmes, Buenos aires, Argentina.

The Global Sustainable Tourism Council (2019). Criterios GSTC para Destinos. Washington, DC 20090 USA.

Resch, M. (2020). Proyecto: No te pierdas en Cura Malal - Donde las calles son árboles.

Resch, M. (2019). Proyecto: La Loma. El sueño de recuperar un espacio verde.

Resch, M. (2019). Proyecto: Corral de Piedra y Pulpería La Tranca.

NORMATIVA MUNICIPAL

Ordenanza 1904 de 1985. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Declaración de Sitio Histórico Municipal del Mercado Casey. 25 de junio de 1985.

Ordenanza 3999 de 1998. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez].

Declaración de Sitio Histórico Municipal de la Sede del Banco Nación y Sede del Banco Provincia en la Ciudad de Coronel Suárez.

Ordenanza 3893 de 2002. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Declaración sobre el turismo como actividad de interés distrital. 24 de julio de 2003

Ordenanza 3789 de 2002. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Programa Municipal de Fomento de Reciclado de Residuos Sólidos Urbanos. 12 de septiembre de 2002.

Ordenanza 3983 de 2003. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Prohibición de caza de animales autóctonos. 18 de marzo de 2004.

Ordenanza 3893 de 2003. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Declaración sobre el Turismo como actividad de Interés Distrital. 24 de julio de 2003.

Ordenanza 4404 de 2006. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Construcción, reglamento y habilitación Complejos de Cabañas en Villa La Arcadia. 20 de diciembre de 2006.

Ordenanza 5978 de 2014. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Declaración de Sitio Histórico Municipal de la Escuela Nº 1 Domingo F. Sarmiento, las Estaciones de Ferrocarril y puentes sobre nivel dentro del distrito de Coronel Suárez. 06 de noviembre de 2014.

Ordenanza 7404 de 2019. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Control de la utilización y manipulación de productos agroquímicos. 20 de mayo de 2019.

Ordenanza 7217 de 2019. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Prohibición de entrega de bolsas plásticas. 28 de noviembre de 2019.

Ordenanza 7486 de 2021. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Programa de concientización ambiental. 22 de abril de 2021.

Ordenanza Municipal 7515 de 2021. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Eximición de uso de espacios públicos y de la Tasa de Seguridad e Higiene referidas a actividades turísticas (por emergencia sanitaria, hasta diciembre 2021). 10 de junio de 2021

Ordenanza 7549 de 2021. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Declaración de Paisaje Protegido. 26 de agosto de 2021.

Ordenanza 7627 de 2021. [Honorable Concejo Deliberante de Coronel Suárez]. Creación de la Comisión de Preservación del Patrimonio Urbano-Arquitectónico. 10 de noviembre de 2021.

Ordenanza 3332 de 2021. [Honorable Concejo Deliberante de Tornquist]. Creación del Ente Mixto de Turismo del distrito de Tornquist. 18 de mayo de 2021.

Ordenanza 9977 de 2014. [Honorable Concejo Deliberante de Paraná]. Creación del Ente Mixto de Turismo de la ciudad de Paraná. 17 de diciembre de 2014.

Ordenanza 3249 de 2012. [Honorable Concejo Deliberante de Tigre]. Creación del Consejo Asesor de Turismo de Tigre.

Decreto 367 de 2016. [Intendencia Municipal de Coronel Suárez]. Interés Municipal al 1° Strudel Fest. 1° de marzo de 2016.

Decreto 438 de 2017. [Intendencia Municipal de Coronel Suárez]. Interés Municipal al 2° Strudel Fest. 22 de febrero de 2017.

Decreto 428 de 2019. [Intendencia Municipal de Coronel Suárez]. Interés Municipal al 4° Strudel Fest. 20 de febrero de 2019.

NORMATIVA PROVINCIAL

Ley Provincial de guías de turismo 12.484 / Decreto 3168 de 2000. [Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires]. Registro Provincial de Guías de Turismo. 9 de agosto de 2000

Ley Provincial 12.704 / Decreto 1533 de 2001. [Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires]. Régimen de las áreas declaradas “paisaje protegido” y “espacio verde”. 28 de junio de 2001.

Ley Provincial 13.251 de 2004. [Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires] Régimen de promoción de pequeñas localidades bonaerenses. 30 de septiembre de 2004.

Ley Provincial 13.531 de 2006. [Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires]. Reglamentación de campamentos turísticos o camping. 26 de septiembre de 2006.

Ley de Turismo de la Provincia de Buenos Aires 14209 de 2011. [Honorable Legislatura de la Provincia de Buenos Aires]. 14 de enero de 2011.

Decreto Provincial 6927 de 1987. [Gobernación de la Provincia de Buenos Aires]. Interés turístico provincial. 30 de diciembre de 1988.

Decreto Provincial 1.627 de 2003. [Gobernación de la Provincia de Buenos Aires]. Guías de turismo. 22 de octubre de 2003.

Decreto 272 de 2020 [Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica]. Interés Provincial al 5° Strudel Fest. 06 de marzo de 2020.

Resolución 67 de 2008. [Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires]. Creación del Programa Pueblos Turísticos.

Resolución Provincial 23 de 2014. [Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires]. Alojamiento turístico. clasificación y categorización. 21 de marzo de 2014.

Resolución 217 de 2017. [Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires]. Declaración de Interés Turístico Provincial al 2° Füllsen Fest. 31 de agosto de 2017.

Resolución 5 de 2018. [Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires]. Interés Provincial al 3° Strudel Fest. 01 de marzo de 2018.

Resolución 36 de 2019. [Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires]. Interés Provincial al 4° Strudel Fest. 21 de febrero de 2019.

NORMATIVA NACIONAL

Ley Nacional de Turismo 25.997 de 2004. [Honorable Congreso De La Nación Argentina]. 16 de diciembre de 2004.

Ley Nacional 27.324 de 2016. [Honorable Congreso De La Nación Argentina]. Régimen de promoción de pueblos rurales turísticos. 16 de noviembre de 2016.

Resolución 43 de 2018. [Ministerio de Turismo de la Nación]. Interés Nacional al 3° Strudel Fest. 22 de febrero de 2018.

SITIOS WEB

Municipio de Coronel Suárez (4 de noviembre de 2020). Escuchamos y respondemos: Coronel Suárez cuenta con una ordenanza que regulará la aplicación de agroquímicos. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/escuchamos-y-respondemos-coronel-suarez-cuenta-con-una-ordenanza-que-regulara-la-aplicacion-de-agroquimicos/>

Radio Nacional. (11 de noviembre de 2020). Coronel Suárez: más controles para proteger a sus habitantes. <https://www.radionacional.com.ar/coronel-suarez-mas-controles-para-preservar-el-medio-ambiente/>

Municipio de Coronel Suárez. (6 de julio de 2020). Gestionar es hacer – Mocerero se reunió con el Intendente de Tornquist para avanzar en un plan de gestión integral de residuos sólidos urbanos. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/gestionar-es->

[hacer-mocero-se-reunio-con-el-intendente-de-tornquist-para-avanzar-en-un-plan-de-gestion-integral-de-residuos-solidos-urbanos/](#)

El Federal. (17 de julio de 2018). Reciclaje: en Coronel Suárez convierten la basura en dinero. <https://www.elfederal.com.ar/reciclaje-en-coronel-suarez-convierten-la-basura-en-dinero/>

Municipio de Coronel Suárez.(01 de diciembre de 2021). Se inauguró oficialmente el Centro de Acopio Transitorio de envases de fitosanitarios (CAT). <https://www.coronelsuarez.gob.ar/se-inauguro-oficialmente-el-centro-de-acopio-transitorio-de-envases-de-fitosanitarios-cat/>

Radio Coronel Suárez. Programa "YO RECICLO" de ONG Evolución Ambiental. (<https://radiocoronelsuarez.com.ar/post/programa-yo-reciclo-de-ong-evolucion-ambiental>)

Municipio de Coronel Suárez. (03 de enero de 2022). Huanguelén: se viene un taller que no te podés perder!! -Taller de reciclado, para que puedas crear tu propia ecomaceta. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/huanguelen-se-viene-un-taller-que-no-te-podes-perder-taller-de-reciclado-para-que-puedas-crear-tu-propia-eco-maceta/>

Ministerio de Energía y Minería de la Presidencia de la Nación. (Diciembre de 2007) Definición y Objetivos del Programa Nacional de Uso Racional y Eficiente de la Energía (PRONUREE). <https://www.minem.gob.ar/www/835/26087/definicion-y-objetivos>

Municipio de Coronel Suárez.(29 de octubre de 2021). Turismo y Ambiente: Jornada de trabajo sobre “Destinos de calidad y sostenibles”. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/turismo-y-ambiente-jornada-de-trabajo-sobre-destinos-de-calidad-y-sostenibles/>

Municipio de Coronel Suárez.(15 de octubre de 2021). Ambiente: Funcionarios del OPDS recorrieron el vivero municipal.

<https://www.coronelsuarez.gob.ar/ambiente-funcionarios-del-opds-recorrieron-el-vivero-municipal/>

SustentarTV. (16 de mayo de 2019). Ciudades sustentables: Huanguelén: un proyecto que merece ser contado. <https://www.sustentartv.com/huanguelen-un-proyecto-que-merece-ser-contado/>

Municipio de Coronel Suárez. (s.f.). Referencia histórica.
<https://www.coronelsuarez.gob.ar/historia/>

Municipio de Coronel Suárez. (s.f.). Estadísticas. Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2010. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/estadisticas/>

Municipio de Coronel Suárez. (01 de diciembre de 2020). Catálogo turístico y cultural de la Provincia de Buenos Aires: se entregaron fondos por un total \$ 2.650.000 para todo el distrito. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/catalogo-turistico-y-cultural-de-la-provincia-de-buenos-aires-se-entregaron-fondos-por-un-total-2-650-000-para-todo-el-distrito/>

Municipio de Coronel Suárez. (02 de noviembre de 2020). Argentina contra el hambre: el programa “nuestra huerta” en plena siembra de verduras y hortalizas. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/argentina-contra-el-hambre-el-programa-nuestra-huerta-en-plena-siembra-de-verduras-y-hortalizas/>

Municipio de Coronel Suárez. (28 de junio de 2021). Ambiente: programa integral de ambiente municipal. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/ambiente-programa-integral-de-ambiente-municipal/>

Organismo Provincial de Desarrollo Sustentable. (s.f) Objetivos Provinciales de Desarrollo Sustentable. <https://www.opds.gba.gov.ar/nb/objetivos>

Municipio de Coronel Suárez. (s.f.). Medio ambiente. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/medio-ambiente/>

Feria Suarez Produce. (s.f.). Presentación. <https://feriasuarezproduce.wixsite.com/suarez>

Municipio de Coronel Suárez. Edificios históricos https://www.coronelsuarez.gob.ar/wp-content/uploads/2020/10/adjunto_4239_1.pdf

Municipio de Coronel Suárez. (18 de octubre 2021) Huanguelén: primer festival del Cantor Orillero
<https://www.coronelsuarez.gob.ar/huanguelen-primer-festival-del-cantor-orillero/>

Real Politik. (16 de septiembre 2018) Coronel Suárez, cuna del turismo rural <https://realpolitik.com.ar/nota/34913/coronel-suarez--cuna-del-turismo-rural/>

Repositorio digital. (Bahía Blanca, 2018) Tesina: “La Strudel Fest como patrimonio cultural del Pueblo Santa María, Coronel Suárez. Propuestas para dinamizar el evento como atractivo” turístico(<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/4505/Tesina%20GENAISIR%2C%20Mar%C3%ADa%20Elisa.pdf?sequence=1&isAllowed=>

Conicet. Cecilia Pérez Winter. La provincia de Buenos Aires (Argentina): de un espacio a un territorio turístico. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/51009/CONICET_Digital_Nro.3c8daa8a-97c3-4b6f-9749-1338b8a40269_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Municipio de Coronel Suárez. Centro de Investigaciones Históricas y de Conservación del Patrimonio Histórico Cultural <https://www.coronelsuarez.gob.ar/centro-de-investigaciones-historicas/>

Sudoeste BA (25 de enero de 2022) Coronel Suárez: refaccionarán el Mercado Municipal de las Artes. <https://www.sudoesteba.com/2022-01-25/coronel-suarez-refaccionaran-el-mercado-municipal-de-las-artes-2006/>

Municipio de Coronel Suárez. Julieta Elena Colombo, Banco de la Provincia de Buenos Aires. https://www.coronelsuarez.gob.ar/wp-content/uploads/2020/10/adjunto_4276_1.pdf

Coronel Suárez Municipio. Julieta Elena Colombo, Escuela N°1 Sarmiento https://www.coronelsuarez.gob.ar/wp-content/uploads/2020/10/adjunto_19409_1.pdf

Diario Nuevo Día. (25 de agosto de 2020), A 85 años de la inauguración del Mástil Patrio <https://diarionuevodia.com.ar/a-85-anos-de-la-inauguracion-del-mastil-patrio/>.
<https://3dwarehouse.sketchup.com/model/3f9b5ef4f03bf7b4674143e33909e87e/Cristo-Redentor-Coronel-Su%C3%A1rez?hl=en>

Sudoeste BA. (8 de octubre de 2021) Mercedes Resch, la pulpera del siglo 21 que rescató del olvido el pueblito de Cura Malal <https://www.sudoesteba.com/2021-10-08/mercedes-resch-la-pulpera-del-siglo-21-que-rescato-del-olvido-el-pueblito-de-cura-malal-1289/>

El Orden. (2 de julio de 2020) "Protegido en la soledad". Cómo vive la pandemia el último habitante de un pueblo bonaerense. <https://www.elorden.com/noticias/2020/07/02/10517-protégido-en-la-soledad-como-vive-la-pandemia-el-ultimo-habitante-de-un-pueblo-bonaerense>

Parabuenosaires.com (27 de agosto de 2013) Santa María: un pequeño paraíso con raíces alemanas. <https://parabuenosaires.com/santa-maria-un-pequeno-paraiso-con-raices-alemanas/>

Diario Nuevo Día. (6 de octubre de 2021). La Fullsen Fest se llevará a cabo el 7 de noviembre. <https://diarionuevodia.com.ar/la-fullsen-fest-se-llevara-a-cabo-el-7-de-noviembre/>

Diario La Opinión. (25 de febrero de 2013), ¿Qué es colonia Santa Trinidad?. <https://diariolaopinion.com.ar/contenido/46391/avance-por-la-paz>

Comarcaturistica.com.ar, Subí el Cerro Ceferino o Cerro del Amor. <https://www.comarcaturistica.com.ar/cerroceferino.php>

Sierra de la Ventana.Balneario El Dique. <https://www.sierrasdelaventana.com.ar/naturales/balneario-el-dique/>

Municipio de Coronel Suárez (30 de junio de 2020). gobierno – Villa La Arcadia: primer circuito turístico “Peralta Bonete”. <https://www.coronelsuarez.gob.ar/gobierno-villa-la-arcadia-primer-circuito-turistico-peralta-bonete/>

Descubriendo turismo. (28 de octubre de 2018), Una localidad con un puente de película. <https://descubrierturismo.com/puente-pelicula-las-sierras-bonaerenses/>

ENLACE DE DESCARGA DE ACCESO A FOTOS:
https://mega.nz/folder/aJUvGTwQ#X_96mT0wpvZD3S2Yryb4mq

ANEXOS

FICHAS DE ATRACTIVOS

Tabla N° 51. Fichas de atractivos

CORONEL SUÁREZ

NOMBRE	ASOCIACIÓN ITALIANA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	BUENA
SERVICIOS	CINE / TEATRO / SALONES PARA EVENTOS
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	<p>*CONTIENE EL ÚNICO CINE EN LA ZONA. CAPACIDAD 500 PERSONAS EN PLANTA BAJA / 200 PULLMAN.</p> <p>* REALIZAN ANUALMENTE EN LA ASOCIACIÓN UN RISOTTO POPULAR EN EL MES DE JULIO PARA CONMEMORAR EL ANIVERSARIO DE ITALIA.</p>



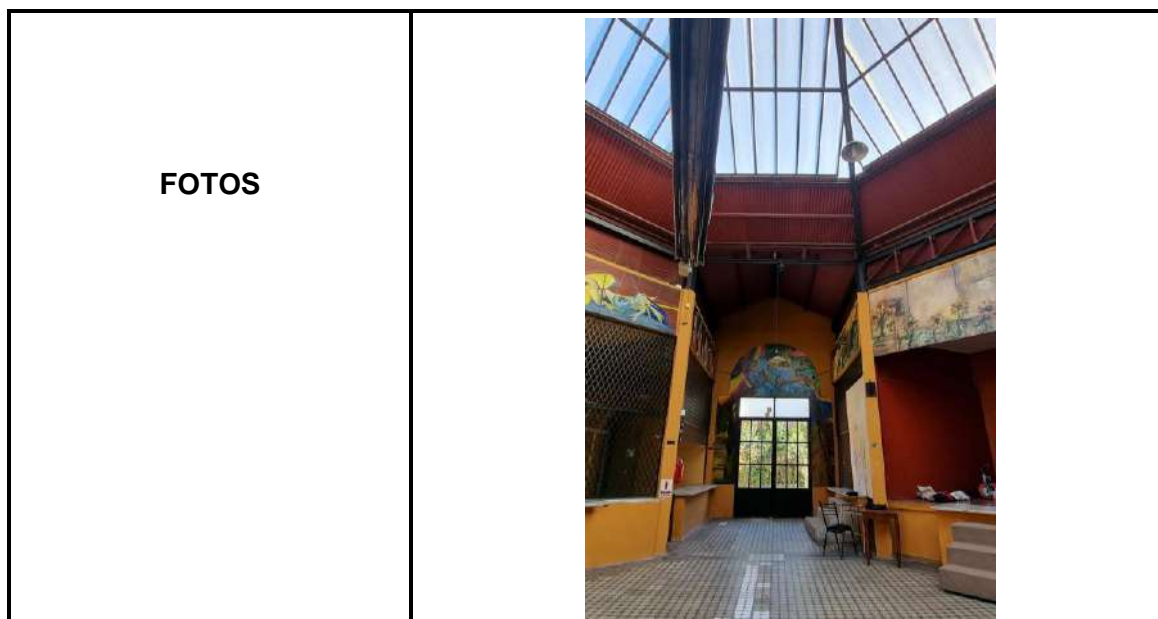
NOMBRE	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (SALON PARA EVENTOS EN USO) POTENCIAL (TEATRO CERVANTES RECONVERSIÓN A CAFÉ CONCERT)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	TEATRO CERVANTES (EN ESTADO DE DETERIORO) SALON PARA EVENTOS (EN BUEN ESTADO)
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	CUENTA CON UN TEATRO, ACTUALMENTE EN DESUSO. EN EL PRIMER PISO POSEE UN GRAN SALON. EN PLANTA BAJA SE ALQUILA A UN CAFÉ.



NOMBRE	ASOCIACIÓN ISRAELITA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	SINAGOGA / SALONES PARA EVENTOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ÚNICA SINAGOGA EN EL PARTIDO.
FOTOS	

NOMBRE	
---------------	--

UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPIO DE CORONEL SUÁREZ
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	INSTALACIÓN MUNICIPAL PARA EVENTOS.
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	UN MULTIESPACIO APTO PARA DISTINTAS ACTIVIDADES, DESDE MUESTRAS DE PINTURAS, ESCULTURAS Y ARTESANÍAS, FERIA DE PRODUCTOS REGIONALES, LUGAR PARA RECITALES VARIADOS, ENCUENTROS DIVERSOS, COMO EL ANUAL DE LA FIESTA DE LA COLECTIVIDADES. TAMBIÉN SE DAN CLASES Y CURSOS DIVERSOS EN APOYO DE LA CULTURA.



NOMBRE	ISIDORO ESPACIO DE ARTE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	ESPACIO DE ARTE CONTEMPORÁNEO.
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ESPACIO AUTOGESTIVO DE ARTE, DONDE SE EXPONEN DISTINTAS OBRAS Y REALIZAN ACTIVIDADES CON ARTISTAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES.



NOMBRE	HOTEL BOUTIQUE “LA CASA”
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	SERVICIO TURÍSTICO - ALOJAMIENTO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	CUENTA CON UNA HABITACIÓN EN PLANTA BAJA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	ALOJAMIENTO - GASTRONOMÍA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIO
OBSERVACIONES	CASONA DE ESTILO FRANCÉS QUE PERTENECE A LA FAMILIA DE LUSARRETA. DE DOS PLANTAS, CON CASI 90 AÑOS DE ANTIGÜEDAD, RECICLADA. CONVERTIDA EN HOTEL BOUTIQUE, HACE 10 AÑOS.



NOMBRE	BIBLIOTECA POPULAR SARMIENTO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO - ASOCIACIÓN CIVIL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	BIBLIOTECA / ESPACIO PARA EVENTOS CULTURALES
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	SITIO HISTÓRICO MUNICIPAL. ANTIGUO TEMPLO MASÓN, CONTIENE TÚNELES SUBTERRÁNEOS. DESDE 1921 FUNCIONAL LA BIBLIOTECA POPULAR.

FOTOS	
--------------	--

NOMBRE	CIRCUITO CULTURAL
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	CIRCUITO LINDANTE CON LAS VÍAS DEL FERROCARRIL, DONDE SE PUEDE OBSERVAR: INSTALACIÓN POSTES ARTÍSTICOS. MURALES EN LOS GALPONES DEL FERROCARRIL. PUENTE FERROVIARIO. MONUMENTO AL HOLOCAUSTO.



NOMBRE	CIRCUITO HISTÓRICO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	VARIOS EDIFICIOS HISTÓRICOS DENTRO DEL CASCO URBANO: PALACIO MUNICIPAL (ANTIGUA RESIDENCIA DE E. CASEY) BANCO NACIÓN. BANCO PROVINCIA. ESCUELA N° 1 "DOMINGO F. SARMIENTO".



NOMBRE	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	MISAS - EVENTOS RELIGIOSOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	SU EDIFICIO DATA DE PRINCIPIOS DEL S. XX. CUENTA CON DOS MURALES EN SU INTERIOR PINTADOS POR EL ARTISTA LOCAL CARLOS FRERS



NOMBRE	MÁSTIL PATRIO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPALIDAD DE CORONEL SUÁREZ
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO POSEE
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	OBRA ESCULTÓRICA REALIZADA POR ANTONIO BAGUÉ. ES UNA DE LAS MÁS ALTAS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES, 42 MTS DE ALTO. FUE INAUGURADA EL 12 DE OCTUBRE DE 1935.



NOMBRE	POLO CLUB
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	ESPACIO DE OCIO - ACTIVIDAD
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - REGULAR / CAMINO DE RIPIO -REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	SÓLO EN EL INGRESO
SERVICIOS	SANITARIOS - PILETA - CANCHA DE TENNIS - POLO - GOLF - RESTAURANTE - SHOWROOM - ESTACIONAMIENTO
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	<p>TORNEOS DE POLO: Juan Carlos Harriet / Belgrano / Pía Pando</p> <p>TORNEOS DE GOLF: Enero inicia y abre el ranking</p> <p>ABIERTOS A RECIBIR GRUPOS DE TURISTAS TIENEN RESTAURANTE ABIERTO AL PÚBLICO DURANTE LOS TORNEOS SE COMPLETAN LOS ALOJAMIENTOS</p>



NOMBRE	AERÓDROMO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	ACTIVIDADES
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPIO DE CORONEL SUÁREZ
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	SOLO EN EL INGRESO
SERVICIOS	SANITARIOS, SALA PARA VER LOS VUELOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	<p>EVENTO EN SEPTIEMBRE REALIZAN VUELOS DE BAUTISMO ES UNA DE LAS MEJORES PISTAS DE BUENOS AIRES INTERÉS POR SUMAR VUELOS DE BUENOS AIRES A CORONEL SUÁREZ RECIBEN GRUPOS DE COLEGIO SECUNDARIO</p>



NOMBRE	BALNEARIO MUNICIPAL
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	NATURAL - ESPACIO DE OCIO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPIO DE CORONEL SUÁREZ
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	SANITARIOS - PILETAS - CANCHA DE VOLEY - PING PONG - PARRILLAS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FALTA DE MANTENIMIENTO
FOTOS	

NOMBRE	ESTANCIA - LAVANDAS DE LAS SIERRAS
--------	------------------------------------

UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CORONEL SUÁREZ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	TURISMO RURAL - NATURALEZA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	SANITARIOS - CASAS EN ALQUILER - CAMINATAS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	RECIBEN GRUPOS DE TURISTAS QUE REALIZAN TREKKING O EXCURSIONES EN BICICLETA ALQUILAN DOS CASAS TOTALMENTE EQUIPADAS ES EL PRODUCTOR MÁS IMPORTANTE DE LAVANDAS A NIVEL NACIONAL CUENTAN CON CERTIFICACIÓN ORGÁNICA
FOTOS	

HUANGUELÉN

NOMBRE	MUSEO BALDOMERO FERNANDEZ
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN REFACCIÓN)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - MUSEO

PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	SANITARIOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	CERRADO DESDE EL COMIENZO DE LA PANDEMIA ESTÁ SIENDO REFACCIONADO SOLO ABRÍA CUANDO RECIBÍAN GRUPOS DE COLEGIOS QUIEREN ABRIRLO A LA COMUNIDAD CON ALGUIEN QUE ESTÉ PERMANENTEMENTE
FOTOS	

NOMBRE	PASEO DE LAS ESCULTURAS
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - ARTÍSTICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA

SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	LLEVADO ADELANTE POR INICIATIVA DEL JARDÍN SON OBRAS REALIZADAS CON CHATARRA RECUPERADA SE INAUGURAN 2 POR AÑO EN EL MES DEL DÍA DE HUANGUELÉN LAS OBRAS CUENTAN LA VIDA DEL CAMPO, LARRALDE, Y ANIMALES AUTÓCTONOS ESTÁ SOBRE UN BOULEVARD
FOTOS	

NOMBRE	ESTACIÓN DE TRENES
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	RAMPAS
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	SANITARIOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO


NOMBRE	ESTACIÓN DE TRENES
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	DIVIDE AL PUEBLO ENTRE EL VIEJO Y NUEVO HUANGUELÉN ESTA EN MUY BIEN PRESERVADO ES UN LUGAR DE REUNIÓN SE REALIZA LA FIESTA DEL CANTOR ORILLERO
FOTOS	

NOMBRE	PARRILLA PA USTED
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - SERVICIO DE GASTRONOMÍA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	SOLO EN EL INGRESO
SERVICIOS	SANITARIOS, GASTRONOMÍA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	EN UN PRINCIPIO FUNCIONABA UN LUGAR DE APOYO ESCOLAR TAMBIÉN FUNCIONÓ UN ALMACÉN DE RAMOS GENERALES EL ASADO ES LA ESPECIALIDAD

NOMBRE	PARRILLA PA USTED
	VAN ARTISTAS LOCALES Y VECINOS A CANTAR
FOTOS	

NOMBRE	PARQUE RECREATIVO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - SUSTENTABLE
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	SANITARIOS, JUEGOS PARA CHICOS, PUNTOS DE RECOLECCIÓN, SENDA PEATONAL
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	HAY UN GRUPO DE AMIGOS DEL PARQUE SE PLANTARON ÁRBOLES QUE REPRESENTAN A CADA INSTITUCIÓN Y PARTIDO "EL PARQUE NOS REÚNE Y NOS UNE"



NOMBRE	CASA LARRALDE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO PRIVADO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	VIVIÓ LARRALDE DURANTE SU JUVENTUD LA CALLE 13 DONDE SE EMPLAZA CAMBIÓ SU NOMBRE POR EL DE LARRALDE VIVE UNA FAMILIA HAY UN CARTEL QUE IDENTIFICA LA PROPIEDAD FALTA MANTENIMIENTO
FOTOS	

NOMBRE	PUESTO DE ESTANCIA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	-
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FALTA MANTENIMIENTO FUE PUESTO DE LA PRIMITIVA ESTANCIA HUANGUELÉN
FOTOS	

NOMBRE	CENTRO CULTURAL
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL

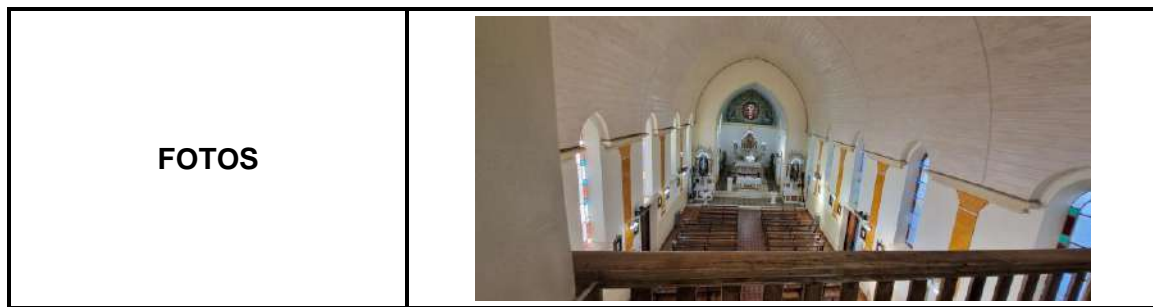
NOMBRE	CENTRO CULTURAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	SANITARIOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FUNCIONÓ UN CLUB IRLANDES SE PUEDE VISITAR
FOTOS	

NOMBRE	ACEITERA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	HUANGUELÉN
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (ABANDONADO)
TIPOLOGÍA	HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL

CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ESTÁ ABANDONADO FUNCIONÓ UNA IMPORTANTE ACEITERA QUE SUPO DAR TRABAJO A MÁS DE 190 PERSONAS SE QUIERE RECUPERAR EL PREDIO Y PONERLO EN VALOR
FOTOS	


SANTA TRINIDAD

NOMBRE	IGLESIA SANTISIMA TRINIDAD
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA 1-SANTA TRINIDAD
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	MISAS - EVENTOS RELIGIOSOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	.FUE EL PUNTO DE ENCUENTRO PARA EL PUEBLO



NOMBRE	CEMENTERIO COLONIA 1
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	SANTA TRINIDAD
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ESTÁN ENTERRADAS LAS PRIMERAS FAMILIAS DEL VOLGA
FOTOS	

NOMBRE	VOLGA FEST
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	SANTA TRINIDAD

TIPOLOGÍA	FIESTA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	-
SERVICIOS	ARTESANOS, BAILES, SHOWS, JUEGOS, PATIO CERVECERO
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	EN ABRIL DE 2022 SE REALIZARÁ LA SEGUNDA EDICIÓN PARTICIPAN LAS INSTITUCIONES HAY UN SECTOR PARA ARTESANOS, CERVECEROS, JUEGO PARA CHICOS SE REALIZA EL JUEGO KOSSER
FOTOS	

SAN JOSÉ

NOMBRE	IGLESIA SAN JOSÉ OBRERO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SAN JOSÉ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA

SERVICIOS	MISAS - EVENTOS RELIGIOSOS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FUNDADA EN 1887 POR ALEMANES DEL VOLGA, TUVO TRES AMPLIACIONES. ES DE ESTILO ROMÁNICO, DIVIDIDA EN 3 NAVES., POSEE DOS TORRES DE 49 MTS CADA UNA, CON CRUCES DE 7 METROS DE ALTO. EL CORO CANTA EN FECHAS ESPECIALES EN ALEMÁN ANTIGUO.
FOTOS	

NOMBRE	ASOCIACIÓN CULTURAL GERMANO ARGENTINA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SAN JOSÉ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	SALON PARA EVENTOS SOCIALES / CULTURALES
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL

VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	SEDE DE: ASOCIACIÓN FULLSEN FEST. ASOCIACIÓN ALEMANES DEL VOLGA. CLUB GERMANO ARGENTINO (FUNDADO EN 1941). MUSEO GERMANO ARGENTINO. ESTE ÚLTIMO, EN PROCESO, PROPONE EL RESCATE HISTÓRICO DE MAQUINARIA AGRÍCOLA Y OBJETOS DEL PUEBLO. SEDE DE LA FIESTA DE LA CARNEADA (9 DE JULIO).
FOTOS	

NOMBRE	FÜLLSEN FEST
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SAN JOSÉ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - EVENTOS
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	GASTRONOMÍA / ESPECTÁCULOS
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO

CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	ALTO
OBSERVACIONES	DEGUSTACIÓN DEL TRADICIONAL FÜLLSEN, DEMOSTRACIÓN DE KOSER, CERVEZA TÍPICA Y ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS Y MUSICALES. ACTUALMENTE LLEVA 6 EDICIONES.
FOTOS	

NOMBRE	FIESTAS PATRONALES (KERB)
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SAN JOSÉ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	PEREGRINACIÓN - GASTRONOMÍA TÍPICA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIO
OBSERVACIONES	SE CONOCE COMO FIESTA KERB A LOS FESTEJOS DEL DÍA DEL SANTO PATRONO. LA PALABRA ALEMANA KERB DERIVA DEL ALEMÁN KIRCHWEIH: KIRCHE SIGNIFICA IGLESIA, Y WEIH, BENDICIÓN. SE REALIZA DURANTE EL MES DE MAYO. CUENTA CON DESFILES, ESPECTÁCULOS,

	EXPOSICIÓN DE ARTESANÍAS Y PRODUCTOS TRADICIONALES.
FOTOS	

NOMBRE	ESCULTURA "SERGIO DENIS"
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SAN JOSÉ
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - MONUMENTOS
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	INAUGURADO EL 7 DE NOVIEMBRE DE 2021, ESTA OBRA FUE REALIZADA POR EL ARTISTA EDUARDO NOE, SE ENCUENTRA UBICADA PRECISAMENTE EN EL LUGAR DONDE EL CANTAUTOR BRINDÓ SU ÚLTIMO RECITAL EN PUEBLO SAN JOSÉ, EN EL MARCO DE LA FÜLLSEN FEST EN 2018.
FOTOS	



SANTA MARÍA

NOMBRE	CLUB SOCIAL, DEPORTIVO Y CULTURAL EL PROGRESO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	DEPORTIVO / CULTURAL - CLUBES
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA CON UN CARTEL IDENTIFICATORIO, CON LINEA DEL TIEMPO Y MOMENTOS HISTÓRICOS.
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJO
OBSERVACIONES	FUNDADO EN 1938. CENTRO DEPORTIVO Y RECREATIVO, CON PILETA Y PARQUE, DONDE SE PRACTICA FOOTBALL, HOCKEY, PATÍN, VOLEY, ENTRE OTROS. POSEE UN SALON DE FIESTAS Y UNA BIBLIOTECA PÚBLICA.

NOMBRE	CLUB SOCIAL, DEPORTIVO Y CULTURAL EL PROGRESO
FOTOS	

NOMBRE	PARROQUIA NATIVIDAD DE MARÍA SANTÍSIMA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTA
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJO
OBSERVACIONES	<p>LA PIEDRA FUNDAMENTAL SE COLOCÓ EN EL AÑO 1897.</p> <p>MAYORMENTE DE ESTILO ROMANO, EN LA GRAN HORNACINA CENTRAL SE OBSERVA LA IMAGEN DE LA VIRGEN MARÍA.</p>



NOMBRE	FIESTAS PATRONALES (KERB)
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	PEREGRINACIÓN - GASTRONOMÍA TÍPICA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTA
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIA
OBSERVACIONES	EL 8 DE SEPTIEMBRE DE CADA AÑO SE REALIZAN LAS FIESTA PATRONALES. SE LLEVA A CABO UN FESTIVAL DONDE SE PUEDEN DEGUSTAR COMIDAS TÍPICAS DE LA REGIÓN DEL VOLGA, COMO EL PAN TRENZADO Y EL STRUDEL.



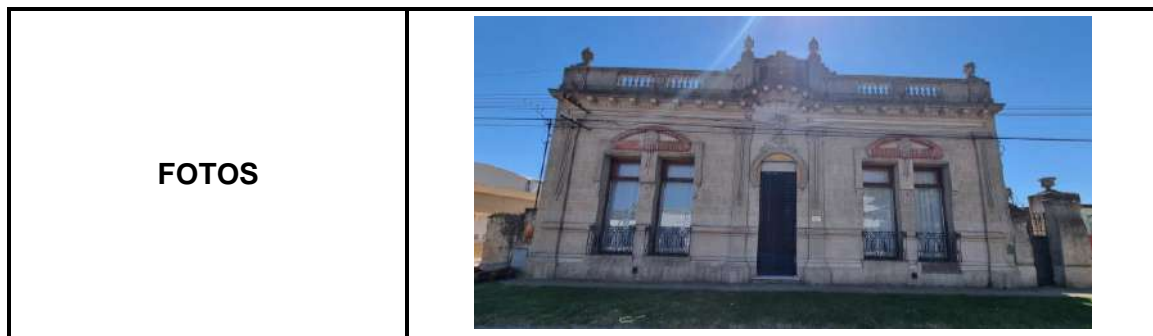
NOMBRE	STRUDEL FEST
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	GASTRONOMÍA - DANZAS - ESPECTÁCULOS
UNICIDAD	A NIVEL NACIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL NACIONAL
CARÁCTER LOCAL	ALTA
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	ALTA
OBSERVACIONES	SE LLEVA A CABO EN EL PRIMER FIN DE SEMANA DEL MES DE MARZO. SE REALIZARON 7 EDICIONES. ES UN FESTEJO POPULAR, DONDE ADEMÁS DE LA PREPARACIÓN DEL TÍPICO STRUDEL, SE PUEDEN REALIZAR VISITAS GUIADAS, DEGUSTAR GASTRONOMÍA ALEMANA, Y DISFRUTAR DE ESPECTÁCULOS MUSICALES Y DANZA TÍPICA.

NOMBRE	STRUDEL FEST
FOTOS	

NOMBRE	LA CASA DEL FUNDADOR
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	GASTRONOMÍA - VISITAS GUIADAS
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	ALTA
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIA
OBSERVACIONES	<p>LA CASA DEL FUNDADOR FUE UNA DE LAS PRIMERAS EN SER CONSTRUIDAS EN LA COLONIA, Y FUE RESTAURADA CON EL PROPÓSITO DE RESCATAR, PRESERVAR Y DIFUNDIR EL PATRIMONIO CULTURAL DE LOS ALEMANES DEL VOLGA.</p> <p>SE OFRECE CERVECERÍA ARTESANAL, SERVICIO GASTRONÓMICO Y VISITAS GUIADAS A LA CASA MUSEO.</p>

NOMBRE	LA CASA DEL FUNDADOR
FOTOS	

NOMBRE	CENTRO CULTURAL HÉCTOR MAIER SCHWERDT
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	MUSEO - VISITAS GUIADAS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	DENTRO DEL CENTRO CULTURAL, SE DESTACAN 4 SALAS QUE MUESTRAN ELEMENTOS TÍPICOS DE LA VIDA COTIDIANA, DESDE LOS INICIOS DE LA COLONIA.



NOMBRE	WEINMANN HAUS / BAUM CHOCOLATES
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - GASTRONÓMICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	FÁBRICA DE CHOCOLATES - ALOJAMIENTO
UNICIDAD	A NIVEL REGIONAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FÁBRICA DONDE SE PRODUCEN LOS CHOCOLATES BAUM. DENTRO DEL PREDIO, DISPONE DE 6 HABITACIONES PARA ALOJARSE.

NOMBRE	WEINMANN HAUS / BAUM CHOCOLATES
FOTOS	

NOMBRE	MUSEO A CIELO ABIERTO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - MUSEO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	PREDIO AL AIRE LIBRE DONDE PUEDEN OBSERVARSE MÁQUINAS AGRÍCOLAS UTILIZADAS POR LA POBLACIÓN LOCAL.

NOMBRE	MUSEO A CIELO ABIERTO
FOTOS	

NOMBRE	KINDERKEN PLATZ
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	COLONIA SANTA MARÍA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPIO DE CORONEL SUÁREZ
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO - BUEN ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA CON UN CARTEL IDENTIFICATORIO CON EL NOMBRE DE LA PLAZA.
SERVICIOS	NO POSEE
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJO
OBSERVACIONES	PLAZA UBICADA AL INGRESO DE LA COLONIA, DONDE SE PUEDEN OBSERVAR MÁQUINAS AGRÍCOLAS.

NOMBRE	KINDERKEN PLATZ
FOTOS	

PIÑEYRO

NOMBRE	CLUB PIÑEYRO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	PIÑEYRO
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	TURISMO RURAL-CLUB SOCIAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	SANITARIOS - SALON PARA EVENTOS - ESTACIONAMIENTO
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	REALIZAN LA CABALGATA DE PIÑEYRO DONDE PARTICIPAN MÁS DE 100 CABALLOS SON PARTE DEL GRUPO CORTADERAS DE INTA LES GUSTARÍA DESARROLLAR UN CIRCUITO POR CLUBES RURALES



NOMBRE	SENDERO PIÑEYRO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	PIÑEYRO
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREACIÓN-NATURALEZA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	SÓLO EN EL INGRESO
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	TIENE 300 METROS DE LARGO DE DIFICULTAD BAJA FALTA DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA
FOTOS	

CURA MALAL

NOMBRE	MURAL Y PLAZA MARÍA DEL ROSARIO DE SAN NICOLÁS
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CURA MALAL
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RECREACIÓN
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	HAY UNA CAPILLA AL AIRE LIBRE SE DESTACA EL MURAL "VUELTA AL PAGO".
FOTOS	

NOMBRE	LA TRANCA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CURA MALAL
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - TURISMO RURAL

PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	GASTRONOMÍA (PULPERÍA) TALLERES DE ARTE Y DANZA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	LA PULPERÍA ABRE LOS VIERNES A LA NOCHE SU DUEÑA OFRECE TALLERES DE ARTE
FOTOS	

NOMBRE	SENDERO EL CAMINANTE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	CURA MALAL
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREACIÓN-NATURALEZA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	-

UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	<p>FALTA CARTELERÍA DESDE EL PUEBLO HACIA EL SENDERO LOS CARTELES ACTUALES FUERON VANDALIZADOS SE REALIZÓ ACTIVIDAD DE ASTROTURISMO HAY CARTELERÍA CON LA FLORA Y FAUNA LOCAL SE ORGANIZAN VISITAS GUIADAS, CAMINATAS</p>
FOTOS	

D'ORBIGNY - QUIÑIHUAL

NOMBRE	SOCIEDAD CULTURAL Y DEPORTIVA D'ORBIGNY
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	D'ORBIGNY
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	DEPORTIVO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - ESTADO REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL

VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ACTUALMENTE SE ENCUENTRA ABANDONADO.
FOTOS	

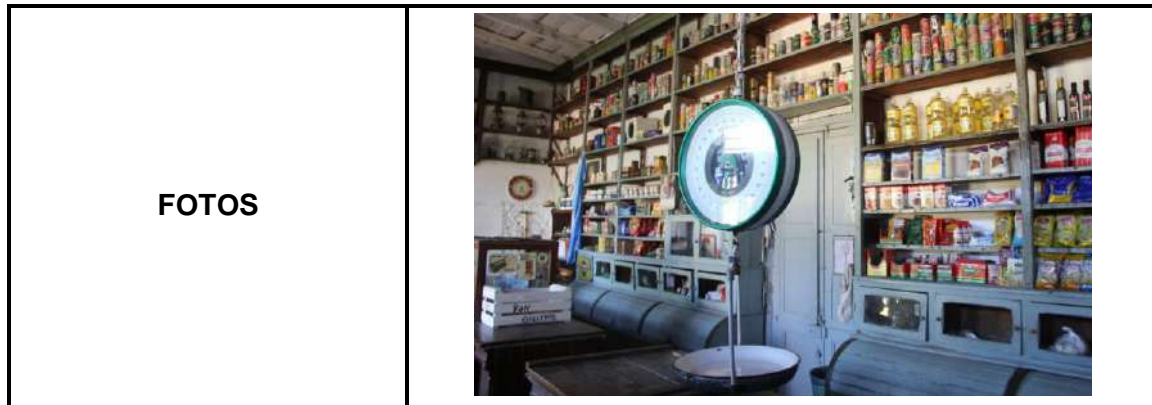
NOMBRE	CAPILLA D'ORBIGNY
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	D'ORBIGNY
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - ESTADO REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	



NOMBRE	ESCULTURA EL BOLSERO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	D'ORBIGNY
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - ESCULTURAS
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - ESTADO REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	OBRA REALIZADA POR FACUNDO HUIDOBRO CON CHATARRAS DEL LUGAR.



NOMBRE	ALMACEN DE PEDRO MEIER
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	QUIÑIHUAL
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CULTURAL - GASTRONÓMICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - ESTADO REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	ALMACÉN DE RAMOS GENERALES, CUYO DUEÑO ES EL ÚNICO HABITANTE DEL PUEBLO. ABRE LUEGO DE LAS 18 HS LOS DÍAS DE SEMANA Y FINES DE SEMANA CON RESERVA PREVIA.



VILLA LA ARCADIA

NOMBRE	CENTRO DE INFORMES TURÍSTICOS
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	INFORMACIÓN
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	INFORMACIÓN TURÍSTICA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	SE BRINDA FOLLETERÍA



NOMBRE	CIRCUITO PERALTA Y BONETE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	CAMINO RURAL - CIRCUITO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	NO TIENE
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - ESTADO REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	<p>3 CARTELES QUE INDICAN EL CIRCUITO TOTAL Y USTED ESTÁ AQUÍ. CARTEL DE FLORA AUTÓCTONA CERCAÑO AL PUENTE FERROVIARIO. EN DOS PUNTOS SE OBSERVAN CARTEL DE PUNTO PANORÁMICO (CÁMARA DE FOTOS). CARTEL DE INDICATIVO DE SITIO SAGRADO.</p> <p>Nota: Algunos requieren reubicación para su mejor visibilidad y comprensión. Los carteles indicativos del circuito son muy pequeños.</p>
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	<p>CIRCUITO A LO LARGO DE CAMINOS RURALES DE 32KM DE DURACIÓN, DONDE SE PUEDE VER:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 VADOS DEL ARROYO "EL NEGRO". • CERRO "BONETE".

	<ul style="list-style-type: none"> • PUNTE FERROVIARIO. • ESTACIÓN "PEREYRA" DEL FERROCARRIL. • SITIO SAGRADO PARA PUEBLOS ORIGINARIOS.
FOTOS	

NOMBRE	PISCICULTURA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	POTENCIAL (ABANDONADO)
TIPOLOGÍA	HISTÓRICO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	ESTÁ DIVIDIDO ENTRE 3 MUNICIPIOS
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO - MAL ESTADO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FUE OCUPADO POR UNA FAMILIA ESTÁ EN ESTADO DE ABANDONO HAY VARIOS PROYECTOS PRESENTADOS PARA RECUPERARLO




NOMBRE	BALNEARIO DEL DIQUE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREATIVO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	ALQUILER DE BOTES, KAYAK
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	FALTA MANTENIMIENTO HAY UN SECTOR CON PUESTOS GASTRONÓMICOS ESTE RÍO MARCA EL LÍMITE CON TORNQUIST
FOTOS	

NOMBRE	PUENTE NEGRO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREATIVO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	BANCOS, MESAS, PARRILLA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	LOS BANCOS Y ASIENTOS FUERON COLOCADOS RECIENTEMENTE RECIENTEMENTE FALTA CARTELERÍA FALTA MEJORAR EL PAISAJISMO PARA QUE SE PUEDA VISUALIZAR MEJOR EL PUENTE RECIENTEMENTE CAMBIARON TABLAS Y ESCALONES EN EL PUENTE NEGRO HAY UNA PEQUEÑA BARRANCA DONDE SE PUEDEN OBSERVAR NIDOS DE LOROS BARRANQUEROS
FOTOS	

NOMBRE	CERRO CEFERINO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA

NOMBRE	CERRO CEFERINO
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREATIVO - NATURALEZA
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE ASFALTO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	-
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIA
OBSERVACIONES	FALTA MANTENIMIENTO EL INGRESO ES DIFÍCIL YA QUE HAY UN GRAN ESCALÓN PARA ACCEDER SE TIENEN HERMOSAS VISTAS DE VILLA LA ARCADIA Y DE SIERRA DE LA VENTANA ES DE DIFICULTAD BAJA SE REALIZARON JORNADAS DE LIMPIEZA
FOTOS	

NOMBRE	LA HOYA
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA

NOMBRE	LA HOYA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREATIVO-NATURAL
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	ÁREA DE DESCANSO CON MESAS, BANCOS Y LUGAR PARA PARRILLAS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	MEDIO
OBSERVACIONES	HAY NUEVA CARTELERÍA QUE HABLA DE LA FLORA Y FAUNA DEL LUGAR SE ESTÁ DESARROLLANDO UN SENDERO QUE VA POR LA VERA DEL RÍO
FOTOS	

NOMBRE	PLAZA CEFERINO
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RECREATIVO- ESPARCIMIENTO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPAL

NOMBRE	PLAZA CEFERINO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	CUENTA
SERVICIOS	JUEGO PARA NIÑOS, MURAL
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	ALTO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	HAY DEMASIADA CARTELERÍA DE DIVERSOS ESTABLECIMIENTOS CERCANA A ESTA PLAZA SE ENCUENTRA LA IGLESIA HAY UN PUNTO DE RECOLECCIÓN AQUÍ SE REALIZA LA FERIA DE SEMANA SANTA Y EL VÍA CRUCIS
FOTOS	

NOMBRE	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DE LOURDES
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	RELIGIOSO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO -REGULAR
ACCESIBILIDAD	CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA

SERVICIOS	MISAS
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	AL LADO DE LA IGLESIA FUNCIONA UN PROYECTO PARA MUJERES VULNERABLES
FOTOS	

NOMBRE	PLAZA SUSTENTABLE
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	POTENCIAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	ESPACIO RECREATIVO
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	MUNICIPIO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO -REGULAR
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	NO CUENTA
SERVICIOS	NO CUENTA
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL REGIONAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	PRÓXIMAMENTE FUNCIONARÁN JUEGOS SUSTENTABLES, SANITARIOS Y UN SECTOR PARA LA SEPARACIÓN DE RESIDUOS

FOTOS	
--------------	--

NOMBRE	TALLER DE CERÁMICA - VER, CRECER Y SER
UBICACIÓN (LOCALIDAD)	VILLA LA ARCADIA
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO	ACTUAL (EN USO)
TIPOLOGÍA	ARTESANÍAS
PROPIETARIO / ENTE ADMIN.	PRIVADO
CONECTIVIDAD - ESTADO	CAMINO DE RIPIO
ACCESIBILIDAD	NO CUENTA
SEÑALÉTICA	ESCASA
SERVICIOS	TALLERES
UNICIDAD	A NIVEL LOCAL
VALOR INTRÍNSECO	A NIVEL LOCAL
CARÁCTER LOCAL	MEDIO
CONCENTRACIÓN DE LA OFERTA	BAJA
OBSERVACIONES	REALIZA TALLERES VENTA A TURISTAS Y VISITANTES HACE LA VAJILLA DE RESTAURANTES Y HOTELES DE LA ZONA
FOTOS	

Fuente: elaboración propia

CUESTIONARIOS DE ENCUESTAS DE DEMANDA TURÍSTICA

ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL EN PUNTOS TURÍSTICOS

Tabla Nº 52. Cuestionario Encuesta de Demanda Turística Actual

FORMULARIO	
01. ¿Es la primera vez que venís a Coronel Suárez?	Sí / No
02. ¿En qué localidad residís?	[Pregunta abierta]
03. ¿Con quién/quienes viajas?	Sólo/a / Pareja / Familia / Amigos/as / Otros/as (¿Quiénes?)
04. Incluyendote a vos, ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje?	[Pregunta abierta]
05. ¿Cuántas noches estarás/estarán en Coronel Suárez?	[Pregunta abierta]
06. ¿Dónde duermen/dormirán?	Cascada / Coronel Suárez / Cura Malal / D'Orbigny / Estación Piñeyro / Huanguelén / Pasma / San José / Santa María / Santa Trinidad / Villa La Arcadia / Otro (¿Cuál?)

07. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán?	Hotel / Apart Hotel / Hostel-Residencial / Bungalow o Cabaña / Hostería / Establecimiento Rural / Camping / Alquiler de casa-Departamento / Vivienda de familiares
08. ¿Cuál es el motivo de su visita?	Vacaciones / Visita a familiares / Trabajo / Eventos / Salud y bienestar / Otro (¿Cuál?)
09. ¿Qué actividades realizaron/realizarán?	[Pregunta de respuesta múltiple] Visita a establecimientos rurales / Visita a las Colonias Alemanas / Cabalgata / Trekking / Observación de aves / Visita a museos / Asistencia a espectáculos / Polo / Golf / Otra ¿Cuál?
10. ¿Cómo te informaste para visitar Coronel Suárez?	Redes sociales / Amigos/conocidos / Familiares / Agencia de Viajes / TV / Radio / Boca a Boca / Otros (¿Cuáles?)
11. ¿Cuál es el gasto total estimado de tu visita a Coronel Suárez (en pesos argentinos)?	[Pregunta abierta]
12. Dejanos tu dirección de correo electrónico para participar del sorteo	[Pregunta abierta]

Fuente: elaboración propia

ENCUESTAS DE DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL EN OFICINAS DE INFORMES

Tabla Nº 53. Cuestionario Encuesta Oficina de Informes

FORMULARIO	
01. ¿Es la primera vez que venís a Coronel Suárez?	SI / NO

02. ¿En qué localidad residís?	[Pregunta abierta]
03. Incluyendote a vos, ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje?	[Pregunta abierta - limitado a sólo números]
04. ¿Cuántos días estarás/estarán en Coronel Suárez?	[Pregunta abierta - limitado a sólo números]
05. ¿Dónde duermen/dormirán?	[Pregunta abierta - pregunta de respuesta única] Cascada / Coronel Suárez / Cura Malal / D'Orbigny / Estación Piñeyro / Huanguelén / Pasman / San José / Santa María / Santa Trinidad / Villa La Arcadía / Otro (¿Cuál?)
06. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán?	[Pregunta de respuesta única] Hotel / Apart hotel / Hostel/Residencial / Bungalow o Cabaña / Hostería / Establecimiento rural / Camping / Alquiler de casa/departamento / Vivienda de familiares
07. ¿Cuál es el motivo de su visita?	[Pregunta de respuesta única] Vacaciones/Ocio / Visita a familiares / Trabajo / Eventos / Salud y bienestar / Otro (¿Cuál?)
08. ¿En qué medio de transporte vinieron?	[Pregunta de respuesta única] Auto / Ómnibus / Combi / Otro (¿Cuál?)

Fuente: elaboración propia

ENCUESTAS DE DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL EN EVENTOS

Tabla Nº 54. Cuestionario Encuesta en eventos

FORMULARIO

01. ¿En qué localidad residís?	[Pregunta abierta] Si la respuesta es alguna localidad del Partido de Coronel Suárez, se finaliza la encuesta. Si no, se continúa con la misma.
02. ¿Es la primera vez que venís a Coronel Suárez?	Sí / No
03. ¿Con quién/quienes viajas?	[Pregunta de respuesta única] Sólo/a / Pareja / Familia / Amigos/as / Otros/as (¿Quiénes?)
04. Incluyendote a vos, ¿Cuántas personas conforman tu grupo de viaje?	[Pregunta abierta - limitado a sólo números]
05. ¿Cuántos días estarás/estarán en Coronel Suárez?	[Pregunta abierta - limitado a sólo números]
06. ¿Dónde duermen/dormirán?	[Pregunta de respuesta única] Cascada / Coronel Suárez / Cura Malal / D'Orbigny / Estación Piñeyro / Huanguelén / Pasma / San José / Santa María / Santa Trinidad / Villa La Arcadia / Otro (¿Cuál?)
07. ¿En qué tipo de alojamiento duermen/dormirán?	[Pregunta de respuesta única] Hotel / Apart hotel / Hostel / Residencial / Bungalow o Cabaña / Hostería / Establecimiento rural / Camping / Alquiler de casa/departamento / Vivienda de familiares
08. ¿En qué medio de transporte vinieron?	[Pregunta de respuesta única] Auto / Ómnibus / Combi / Otro (¿Cuál?)

09. ¿Qué actividades realizaron/realizarán?	[Pregunta de respuesta múltiple] Visita a establecimientos rurales / Visita a las Colonias Alemanas / Cabalgata / Trekking / Observación de aves / Visita a museos / Asistencia a espectáculos / Polo / Golf / Otra ¿Cuál?
10. ¿Cómo te enteraste de [Nombre del Evento]?	[Pregunta de respuesta única] Redes sociales / Amigos/conocidos / Familiares / Agencia de Viajes / TV / Radio / Boca a Boca / Otros (¿Cuáles?)
11. ¿Cuál es el gasto total estimado de tu visita a Coronel Suárez (en pesos argentinos)?	[Pregunta abierta - limitado a sólo números]
12. Dejanos tu dirección de correo electrónico para participar del sorteo	[Pregunta abierta]

Fuente: elaboración propia

ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA POTENCIAL

Tabla Nº 55. Cuestionario Encuesta de demanda turística potencial

FORMULARIO	
01. ¿En qué provincia residís?	[Pregunta de respuesta única]
02. ¿En qué localidad residís?	[Pregunta abierta]
03. ¿Cuál es tu edad?	[Pregunta de respuesta única] Entre 18 y 29 años / Entre 30 y 39 años / Entre 40 y 54 años / Entre 55 y 74 años / 75 años o más
04. ¿Cuál es tu ocupación?	[Pregunta de respuesta única] Estudio / Trabajo en relación de dependencia / Trabaja de manera independiente / Empresario/a /

	Jubilado/pensionado / Ama/o de casa / Estoy inactivo
05. ¿Cómo te imaginás serán tus próximos viajes de turismo?	[Pregunta de respuesta única] Un sólo viaje al año de 15 días o más / Sólo dos viajes al año de 7 días promedio cada uno / Dos viajes al año de 7 días promedio cada uno y escapadas de fin de semana largo / Sólo escapadas de fin de semana largo
06. ¿Cómo te imaginás serán tus próximos viajes de turismo?	[Pregunta de respuesta única] Coronel Suárez / Sierra de la Ventana / Pigüe / Guaminí / Carhué / Coronel Pringles / Bahía Blanca / Monte Hermoso / Ninguna / Otra ¿Cuál? _____
07. Indicá lo primero que se te viene a la mente cuando pensás en Coronel Suárez	[Pregunta abierta]
08. ¿Qué color se te viene a la mente cuando pensás en Coronel Suárez?	[Pregunta abierta]
09. ¿Cuáles dirías que son los atributos caracterizan a Coronel Suárez?	[Pregunta de respuesta múltiple] El entorno natural / La tranquilidad / La gastronomía / Los paisajes / La oferta cultural / El polo / Las festividades típicas / Las actividades rurales

10. Marcá qué tan de acuerdo / desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones: (siendo 1=totalmente en desacuerdo y 10=totalmente de acuerdo)

[Pregunta de respuesta múltiple]

Coronel Suárez es un destino para viajar...

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
...en familia											
...con mi pareja											
...con amigos/as											
...solo/a											
...con grupo de turismo											

11. Marcá qué tan de acuerdo / desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones: (siendo 1=totalmente en desacuerdo y 10=totalmente de acuerdo)

[Pregunta de respuesta múltiple]

Coronel Suárez es ideal para...

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
...disfrutar de buena gastronomía											
...disfrutar actividades nocturnas											
...participar de las festividades típicas locales											
...realizar actividades al aire libre											
...visitar museos y espacios culturales											
...realizar actividades en establecimientos rurales											

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
...practicar actividades deportivas											
...viajes de negocios											

12. Marcá qué tan de acuerdo / desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones: (siendo 1=totalmente en desacuerdo y 10=totalmente de acuerdo)

[Pregunta de respuesta múltiple]

Coronel Suárez como destino de viaje es...

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
...un destino de paso											
...un destino para combinar con otros destinos											
...un destino para hacer un viaje de fin de semana (escapada)											
... un destino para quedarse muchos días											

13. En base a tu experiencia, marcá tu nivel de satisfacción con los siguientes rubros de Coronel Suárez. (siendo 1=totalmente insatisfecho y 10=totalmente satisfecho)

[Pregunta de respuesta múltiple]

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
Gastronomía											

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
Alojamiento											
Actividades turístico/recreativas											
Oferta cultural											
Espacios públicos											
Accesos y caminos											

14. El Partido de Coronel Suárez tiene una rica historia referida a la práctica del Polo; cuenta con variados paisajes que van de la llanura pampeana a las sierras de Ventania; también con las colonias de los alemanes del Volga de los pueblos de Santa Trinidad, San José y Santa María; y establecimientos rurales abiertos al turismo. En base a esta descripción que actividades te gustaría hacer en este destino turístico:

[Pregunta abierta]

Fuente: elaboración propia

ENCUESTA A RESIDENTES DEL PARTIDO DE CORONEL SUÁREZ

01. ¿Sos residente del Partido de Coronel Suárez?

(PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- Sí
- No (Agradecimiento y fin de la encuesta)

02. ¿En qué localidad residís? (Si responde que sí)

(PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- Cascada
- Coronel Suárez
- Cura Malal
- D'Orbigny
- Estación Piñeyro
- Huanguelén
- Pasma
- San José
- Santa María
- Santa Trinidad
- Villa La Arcadia

03. ¿Cuántos años tenés?

(PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- Menos de 18 (Agradecimiento y fin de la encuesta)
- 18 a 29
- 30 a 39
- 40 a 54
- 55 a 74
- 75 o más

04. ¿En qué medida crees que los siguientes productos turísticos son representativos del Partido de Coronel Suárez? 1 = NADA REPRESENTATIVO y 5 = MUY REPRESENTATIVO (VALORACIÓN DE 1 A 5)

- Turismo Rural
- Turismo Deportivo
- Turismo de Aventura
- Turismo de Salud
- Turismo vinculado a las Sierras
- Turismo de Reuniones
- Turismo LGBTQ+
- Turismo vinculado a Colonias Alemanas

05. En orden de prioridad, del 1o al 3o puesto, ¿Cuáles crees que son los atractivos turísticos más relevantes del Partido de Coronel Suárez?

(LISTADO DEL 1o, 2o y 3o)

06. ¿Con qué palabras crees que un turista podría identificar al Partido de Coronel Suárez? (PREGUNTA DE RESPUESTA MÚLTIPLE)

- Tranquilidad
- Fiestas
- Polo
- Colonias
- Naturaleza
- Bienestar
- Campo
- Sierras
- Historia
- Reuniones
- Cultura
- Deportes
- OTRA

07. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con la oferta de ALOJAMIENTO del Partido de Coronel Suárez? (PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- 1. Nada satisfactorio
- 2.

- 3.
- 4.
- 5. Muy satisfactorio

08. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con los RESTAURANTES/GASTRONOMÍA del Partido de Coronel Suárez? (PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- 1. Nada satisfactorio
- 2.
- 3.
- 4.
- 5. Muy satisfactorio

09. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con las ACTIVIDADES RECREATIVAS del Partido de Coronel Suárez? (PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- 1. Nada satisfactorio
- 2.
- 3.
- 4.
- 5. Muy satisfactorio

10. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con la OFERTA CULTURAL del Partido de Coronel Suárez? (PREGUNTA DE RESPUESTA ÚNICA)

- 1. Nada satisfactorio
- 2.
- 3.
- 4.
- 5. Muy satisfactorio

11. ¿De qué forma crees que impactará la formulación del PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO del Partido de Coronel Suárez? Teniendo en cuenta que se proyecta que más turistas visiten Coronel Suárez. (PREGUNTA DE RESPUESTA MÚLTIPLE)

- Más empleo
- Mayores ingresos económicos
- Mejoras en infraestructura
- Mayor seguridad
- Mayor preservación del medioambiente
- Menos empleo
- Menos ingresos económicos
- Saturación de servicios
- Mayor inseguridad
- Problemas medioambientales
- Otros

CONSIGNAS DE JORNADAS PARTICIPATIVAS

JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN

C1. El Plan Horizonte Suárez tiene la finalidad de impulsar la actividad turística en el Partido de Coronel Suárez con un enfoque sustentable e inclusivo desde el punto de vista económico, social y ambiental. ¿Qué progresos esperás que promueva el plan?

C2. Como destino turístico, el Partido de Coronel Suárez tiene características positivas que lo distinguen y aspectos negativos a mejorar. ¿Cuáles creen que son las Fortalezas y Debilidades del destino?

C3. Todos los lugares guardan secretos que solo los/as residentes conocen. ¿Cuáles son los atributos actuales o potenciales que nos diferencian, que nos identifican y nos hacen únicos como destino?

C4. ¿Cuáles son los principales intereses / motivaciones de los actuales o potenciales turistas? POSICIONAMIENTO

C5. La visión es una declaración de cómo queremos desarrollar nuestro destino para nuestra comunidad y para que sea visto por los turistas. ¿Cómo les gustaría que fuera percibido el Partido de Coronel Suárez?

C6. En base a los atributos diferenciales que tenemos como destino y cuáles son los intereses de la demanda actual / potencial, vamos a co-crear, en conjunto, con todos los integrantes de este grupo, una EXPERIENCIA AUTÉNTICA SUSTENTABLE:

- PASO 1: Elegir uno o más atributos diferenciales del destino
- PASO 2: Vincularlos con intereses / motivaciones de la demanda
- PASO 3: Complementar los servicios de todos para generar una propuesta de valor para el turista
- PASO 4: Definir acciones concretas para que esta experiencia impacte de manera positiva en el desarrollo local, en la comunidad y en el medio ambiente
- PASO 5: Pensar un nombre original para la experiencia
- PASO 6: Entre todos presentar la experiencia co-creada a todas las personas presentes.

TALLER INTRODUCTORIO DE COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS

En base a los atributos diferenciales que tenemos como destino y cuáles son los intereses de la demanda actual / potencial, vamos a cocrear, en conjunto, con todos los integrantes de este grupo, una EXPERIENCIA AUTÉNTICA SUSTENTABLE

- PASO 1 Elegir uno o más atributos diferenciales del destino
- PASO 2 Vincularlos con intereses / motivaciones de la demanda
- PASO 3 Complementar los servicios de todos para generar una propuesta de valor para el turista
- PASO 4 Definir acciones concretas para que esta experiencia impacte de manera positiva en el desarrollo local, en la comunidad y en el medio ambiente
- PASO 5 Pensar un nombre original para la experiencia
- PASO 6 Entre todos presentar la experiencia cocreada a todas las personas presentes.

JORNADAS PARTICIPATIVAS DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

1. MARCA- ISOLOGO

Un isologo se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos. Aquella en la que las dos partes o piezas que lo componen son indivisibles e inseparables.

¿Qué sensaciones, emociones despierta en ustedes estos isologotipos? / ¿Cuál define mejor la personalidad de Coronel Suárez? ¿Cuál permite identificar a Coronel Suárez con mayor facilidad para el visitante?

Actual isologotipo



Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 4



Propuesta 5



Figura n° 48. Modelos de isologos
Fuente: elaboración propia

1.2 MARCA - MENSAJE GLOBAL

El mensaje global remite a una frase que, en pocas palabras, refleja una idea a fin de resaltar los atributos y cualidades del destino, con la intención de impactar al turista. Sirve para todos los públicos y es el elemento más visible en los mercados de toda la realidad de la oferta turística del destino.

¿Qué sensaciones, emociones despierta en ustedes estos mensajes globales?
¿Cuál define mejor la personalidad de Coronel Suárez? ¿Qué sensaciones, emociones creen que puede despertar en el visitante?

El actual slogan o mensaje institucional de la marca Suárez es: “Elegí Suárez, elegí sentirte bien”.

Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3
<i>“Coronel Suárez, vas a querer volver”</i>	<i>“Coronel Suárez, te quiero tanto”</i>	<i>“Ganas de Coronel Suárez”</i>

2. PLAN OPERATIVO

El Plan Operativo (PO) es una herramienta de gestión que permite planificar las acciones que una organización debe realizar a futuro para alcanzar los objetivos propuestos. Está conformado por Programas, Proyectos y Acciones;

- **Programas:** Parten de los Ejes Estratégicos del Plan, agrupando las actuaciones que permitirán alcanzar los propósitos y objetivos propuestos.
- **Proyectos:** Representan un nivel intermedio entre los Programas y las Acciones, para abordar objetivos específicos que tributen a alcanzar los objetivos del Plan. Se agrupan en un conjunto de acciones concretas.
- **Acciones:** comprenden las actividades específicas que se ejecutan en el marco de la implementación de un proyectos.

PROGRAMAS Y PROYECTOS:

1. GOBERNANZA DEL DESTINO	ACCIONES
tema de Gobernanza	

Comité Municipal de Turismo	
Transparencia y comunicación abierta	

2. PATRIMONIO DEL PARTIDO	ACCIONES
Preservación en valor del patrimonio arquitectónico	
Preservación en valor del patrimonio inmaterial	
Preservación en valor del patrimonio natural	
Intervenciones museológicas y museográficas	

SERVICIOS DE APOYO E INFRAESTRUCTURA	ACCIONES
Servicios básicos	
Conectividad física territorial	
Transporte público y servicios multimodales	
Señalética vial	
Señalética turística interpretativa	
Conectividad digital	

OFERTA DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	ACCIONES
Ampliación y diversificación de la oferta	

Experiencias y productos turísticos auténticos	
Entorno local, calidad y sustentabilidad valores diferenciales	
Fortalecimiento del Entramado Socio Productivo Local a través del Turismo	

5. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	ACCIONES
Posicionamiento de productos y experiencias	
Diseño y puesta en marcha del sitio web	
Articulación con la cadena comercial	
Mejora de la experiencia del visitante	

ASISTENTES A REUNIONES Y ENTREVISTAS

Tabla Nº 56. Asistentes a reuniones y entrevistas

	NOMBRE	ENTIDAD	LOCALIDAD
1	Mauro Moccero	Municipalidad Coronel Suárez - Jefe de Gabinete	Coronel Suárez
2	Gastón Duarte	Municipalidad Coronel Suárez - Secretario de Gobierno	Coronel Suárez
3	Sofía Gerk	Municipalidad Coronel Suárez - Directora de Turismo	Coronel Suárez
4	Victoria Cortalezzi	Municipalidad Coronel Suárez - Directora de Prensa	Coronel Suárez
5	Marcelo Castorina	Municipalidad Coronel Suárez - Director de Cultura	Coronel Suárez
6	Guillermo Schroeder	Asociación Civil Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez

7	Carlos Anastacio	Asociación Civil Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
8	Juan Sebastián González Jimeno	Asociación Civil Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
9	Marcelo Beovide	Asociación Civil Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
10	Sonia Gómez	Isidoro Espacio de Arte	Coronel Suárez
11	Mario Sominson	Asociación Israelita	Coronel Suárez
12	Juan Alberto Zilio	Asociación Italiana	Coronel Suárez
13	Lucas Salas	Asociación Española	Coronel Suárez
14	Paola Gardiner	Coronel Suárez Polo Club	Coronel Suárez
15	Omar Bonifasino	Aeródromo Público Provincial "Brigadier Héctor Ruiz"	Coronel Suárez
16	Leony Staudt	Lavandas de las Sierras - Estancia "El Pantanoso"	Villa La Arcadia
17	Verónica Moscatelli	Taller de cerámica "Ver, Crecer y Ser"	Villa La Arcadia
18	Raúl Schwab	Delegación Municipal de Huanguelén	Huanguelén
19	Lorena Villar	Dirección de Cultura	Huanguelén
20	Armando Kruger	Amigos del Parque	Huanguelén
21	Iris Lampone	Estación de Servicio / Amigos del Parque	Huanguelén
22	Noelia Ruiz	Amigos del Parque	Huanguelén
23	Javier	Aeroclub / Comisión de la Fiesta del Cantor Orillero	Huanguelén
24	Mariana Vander Tuin	Parrilla Pa Usted	Huanguelén
25	Tito Santerre	Parrilla Pa Usted	Huanguelén
26	Alejandra Cosia	La Tapera del Nono	Huanguelén
27	Alejandro Cosia	La Tapera del Nono	Huanguelén
28	Romina Plaza	Laguna de Galante	Huanguelén
29	Sergio Dean	Club Piñeyro	Piñeyro

30	Pedro Meier	Pulpería	Quiñihual
31	Karina Graff	Escuela Rural de D'Orbigny	D'Orbigny
32	Mercedes Resch	Pulpería La Tranca	Cura Malal
33	Javier Graff	Chocolatería Baum / Weinmannhaus	Santa María
34	Daniel Minig	La Casa del Fundador	Santa María
35	Patricia Maier	Asociación de Turismo Comunitario de Santa María	Santa María
36	Hugo Schwab	Asociación Cultural Germano Argentina	San José
37	Daniel Schwind	Delegación Municipal Pueblo San José	San José
38	Ivana Méndez	Delegación Municipal Pueblo San José	San José
39	Sofía Schmidt	Fundación Raíces	San José
40	Juliana Schmidt	Fundación Raíces	San José
41	Gisela Koth	Fundación Raíces	San José
42	Hugo Schwab	Asociación Cultural Germano Argentina y Museo	San José
43	Diego Dome	Füllsen Fest	San José
44	Guillermo Appelhanz	Delegación de Colonia Santa Trinidad	Santa Trinidad
45	Jose Luis Schaab	Volga Fest	Santa Trinidad

ITINERARIO DEL RELEVAMIENTO TERRITORIAL

Tabla Nº 57. Itinerario del relevamiento territorial

LUGAR	HORA	ACTIVIDADES
martes 08/03/22		
	21:00	Arribo equipo consultor
		Cena y Alojamiento en RR Apart Hotel
miércoles 09/03/22		

Coronel Suárez	08:00 - 09:00	Reunión con autoridades municipales (Sec. Gobierno)
Coronel Suárez	09:00 - 12:30	Equipo 1. Relevamiento Coronel Suárez: Estación de ferrocarril / Palacio Municipal / Parroquia Nuestra Señora del Carmen / Banco Nación / Banco Provincia / Mástil Patrio / Cristo Redentor / Escuela N° 1 "Domingo F. Sarmiento" / Asoc. Española (Ex-Teatro Cervantes y Salón de Eventos) / Asoc. Italiana (Cine Teatro Italia) / Asoc. Israelita (Sinagoga) / Centro de Investigaciones Históricas y de Conservación del Patrimonio Histórico Cultural / Biblioteca Popular Sarmiento (09:30 am) / Museo Siglo XX José Hernández / Isidoro Espacio de Arte (10:30 am) <i>Venta anual Gran Risotto (2 de junio) / "Semana de la Cultura Italiana" (3° semana octubre)</i> <i>Fiesta de las Colectividades (4 de septiembre)</i>
	09:00 - 12:30	Equipo 2. Coronel Suárez Polo Club / Balneario Municipal / Aero Club <i>Torneo internacional de Polo "Copa Juan Carlos Harriot"</i>
Coronel Suárez	13:00 - 14:00	Almuerzo
Coronel Suárez	15:00 - 17:00	Jornada participativa de diagnóstico propositivo (Sede: Mercado Municipal de las Artes)
Cura Malal	17:30 - 19:30	Equipo 2. Relevamiento Cura Malal: Relevamiento territorial. Cura Malal Sendero Curamalal / Escuela (producción Miel)
Coronel Suárez	17:30 - 19:30	Entrevistas/reuniones a determinar
		Cena y Alojamiento en RR Apart Hotel

jueves 10/03/22		
Quiñihual, Colonia Santa María, Colonia San José		Equipo 1. Relevamiento territorial: Quiñihual, Colonia Santa María, Colonia San José
	09:30	Relevamiento territorial. D'Orbigny Quiñihual
	11:30	Relevamiento territorial. Colonia Santa Maria Iglesia Natividad de María Santísima / Strudel Fest / Museo del Centro Cultural Hector Maier Schwerdt / La casa del fundador / Kerb Santa Maria / Fábrica de Chocolates Baum
	13:00 - 14:00	Almuerzo en la Casa del Fundador
	14:30 - 16:00	Reunión con miembros de la Asociación de Turismo Comunitario de Santa María y delegado
	16:30	Relevamiento territorial. Colonia San José Iglesia San José Obrero (17:15 hs) / Füllsen fest / Kerb San José
18:00 - 19:30	Reunión con miembros de la Asociación Cultural Germano Argentina de San José y delegado	

Huanguelén, Piñeyro, Colonia Santa Trinidad	09:30	Equipo 2. Relevamiento territorial: Huanguelén, Piñeyro, Colonia Santa Trinidad Relevamiento territorial. Huanguelén Fiesta del cantor orillero / Museo Baldomero Fernandez
	11:00 - 12:30	Reunión con prestadores y delegado en Huanguelén en Restaurante Pa Usted (Ariel Alvarez. Delegado. / El oasis ose Dip / El descanso hospedaje / El palenque establecimiento rural) / La posada)
	13:00 - 14:00	Almuerzo Restaurante Pa Usted
	15:00	Relevamiento territorial. Piñeyro Sendero Piñeyro
	18:00 - 19:00	Relevamiento territorial. Colonia Santa Trinidad Iglesia Santísima Trinidad / Die Volga Fest / Kerb Santa Trinidad
	19:00	Reunión con Die Volga Fest en Colonia Santa Trinidad y delegado
		Cena y Alojamiento RR Apart Hotel
viernes 11/03/22		
Villa La Arcadia	10:00 - 12:30	Relevamiento territorial. Villa La Arcadia Equipo 1. Relevamiento territorial: Estancia El Pantanoso / Cerro Ceferino o Cerro Del Amor / Balneario El Dique / Circuito Peralta-Bonete / Capilla Nuestra Señora de Lourdes / Balneario del arroyo El Negro Equipo 2. Relevamiento territorial: Balneario en el vado del arroyo El Negro / Puente Negro / Sector de fogones en la costa del río, bajo el Puente Negro

		/ Casas históricas / Taller de cerámica a la vista Ver, Creer y Ser / Feria de Semana Santa/Via Crucis
Villa La Arcadia	13:00 - 14:00	Almuerzo
Villa La Arcadia	15:00 - 17:00	Taller de Co-creación de Experiencias (Sede: Ymcapolis)
Villa La Arcadia	18.00 - 19.00	Pulpería La Tranca. Reunión Mercedes Resch
		Cena y Alojamiento RR Apart Hotel
sábado 12/03/22		
	8:00	Partida equipo consultor

MATERIAL DE DIFUSIÓN UTILIZADO


PLAN
HORIZONTE SUÁREZ
PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE CORONEL SUÁREZ



ENCUENTROS DE TRABAJO
PLAN "HORIZONTE SUÁREZ"

<p>JORNADA PARTICIPATIVA DE DIAGNÓSTICO PROPOSITIVO</p> <p>Día: MIÉRCOLES 09 DE MARZO Horario: 15:00 HS. Lugar: MERCADO MUNICIPAL DE LAS ARTES JORGE LUIS BORGES Dirección: LAMADRID 1290, CORONEL SUÁREZ</p>	<p>TALLER DE CO-CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS</p> <p>Día: VIERNES 11 DE MARZO Horario: 15:00 HS. Lugar: CENTRO TURÍSTICO YMCAPOLIS Dirección: YMCAPOLIS 298, VILLA LA ARCADIA</p>
--	--

INSCRIPCIONES:

<https://forms.gle/AEjMzYyjdHfnVSQB9>



Figura 49. Material de difusión para Jornada de diagnóstico propositivo y taller de co creación de experiencias

Fuente: Elaboración propia



SEDE HUANGUELÉN

Día: MARTES 10 DE MAYO
Horario: 09:30 HS.
Lugar: PARRILLA PA' USTED
Dirección: CALLE 13 y 27

INSCRIPCIONES:
<https://forms.gle/NVxf7tNfMT7QEQAX9>



SEDE CORONEL SUÁREZ

Día: MARTES 10 DE MAYO
Horario: 16:00 HS.
Lugar: SUM DE LA MUNICIPALIDAD DE CORONEL SUÁREZ
Dirección: AV. ADOLFO ALSINA 150

INSCRIPCIONES:
<https://forms.gle/NVxf7tNfMT7QEQAX9>



SEDE VILLA LA ARCADIA

Día: MIÉRCOLES 11 DE MAYO
Horario: 09:30 HS.
Lugar: CENTRO TURÍSTICO YMCAPOLIS
Dirección: YMCAPOLIS 298, VILLA LA ARCADIA

INSCRIPCIONES:
<https://forms.gle/NVxf7tNfMT7QEQAX9>



Figura 50. Material de difusión para jornada participativa de formulación estratégica

Fuente: Elaboración propia

ASISTENTES A JORNADAS PARTICIPATIVAS

JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN + TALLER INTRODUCTORIO PARA LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS - CORONEL SUÁREZ +

- Día: 09/03/2022
- Lugar: Mercado Municipal Jorge Luis Borges, Coronel Suárez
- Participantes: 16

Tabla Nº 58. Participantes Jornada Participativa para la formulación del Plan + Taller introductorio para la Cocreación de experiencias en Coronel Suárez

	NOMBRE	ENTIDAD	LOCALIDAD
1	Julietta Colonnella	INTA - Cambio Rural	Coronel Suárez
2	Sonia Gomez	Isidoro Espacio de Arte	Coronel Suárez
3	Dome Diego	Fülsen Fest	San José
4	Javier Graff	Weimmans House / Chocolates Baum	Santa María
5	Adriana Rosseti	Grupo Cortaderas	Coronel Suárez
6	Roberto Ramos	RR Apart	Coronel Suárez
7	Romina Ramos	RR Apart	Coronel Suárez
8	Ana Clara Alberdi	Rama negra	Coronel Suárez
9	Maximiliano Margiotta	Dirección de Educación	Coronel Suárez
10	Marcelo Beovide	Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
11	Patricia Maier	Asociación de turismo comunitario Santa Maria	Santa María
12	Mariana Vander Tuin	Pa Usted	Huanguelén
13	Mario Hinkins	Sociedad Israelita	Coronel Suárez
14	Mauro Dewald	Restaurante Artemio Gramajo	Coronel Suárez
15	Carlos Anastasi	Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
16	Guillermo Schroeder	Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez

Fuente: elaboración propia

**JORNADA PARTICIPATIVA PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN + TALLER
INTRODUCTORIO PARA LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS - VILLA LA
ARCADIA**

- Día: 11/03/2022
- Lugar: Ymcapolis, Villa La Arcadia.
- Participantes: 14

Tabla Nº 59. Participantes Jornada Participativa para la formulación del Plan y Taller introductorio para la Cocreación de experiencias en Villa La Arcadia

	NOMBRE	ENTIDAD	LOCALIDAD
1	Belén Holzmann	Mirador del Cerro	Villa La Arcadia
2	Karin Bauducco	Cabaña Los Lirios	Villa La Arcadia
3	Ana María Spard	Andana	Villa La Arcadia
4	Eduardo Sandulli	Sudaka Cerveza	Villa La Arcadia
5	Magalí Moyano	El Junquero	Villa La Arcadia
6	Alejandra Perez	Santa Milonguita	Villa La Arcadia
7	Alejandra Feser	Vecina	Villa La Arcadia
8	Héctor Cabral	Asociación de Fomento del Barrio Cerro Ceferino	Villa La Arcadia
9	Micaela Costa	CAM COTISAS (Cámara de Comercio, Turismo e Industria de Sierra de la Ventana, Villa la Arcadia y Saldungaray)	Villa La Arcadia
10	Martín Fernandez	Edulis restaurante	Villa La Arcadia
11	Denise Laterra	Altas Tierras de Ventania	Villa La Arcadia
12	Veronica Moscatelli	Feria Villa la Arcadia - Taller de cerámica Ver, Creer y Ser	Villa La Arcadia
13	Marta Rojas	Asociación de Fomento del Barrio Cerro Ceferino	Villa La Arcadia
14	Pablo Parotti	Guía Local - Cámara de Comercio	Villa La Arcadia

Fuente: elaboración propia

TALLER PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS/EXPERIENCIAS Y SU POTENCIAL INSERCIÓN EN EL MERCADO - VIRTUAL

- Día: 23/03/2022
- Lugar: Plataforma ZOOM
- Participantes: 17

Tabla N° 60. Participantes Taller online para la consolidación de experiencias y su potencial inserción en el mercado

	NOMBRE	ENTIDAD	LOCALIDAD
1	Veronica Moscatelli	Feria Villa La Arcadia - Taller de cerámica Ver, Creer y Ser	Villa La Arcadia
2	Eduardo Sandulli	Sudaka Cerveza	Villa La Arcadia
3	Mariana Vander Tuin	Parrilla Pa Usted	Huanguelén
4	Alejandra Perez	Santa Milonguita	Villa La Arcadia
5	Alejandro Cosia	La Tapera del Nono	Huanguelén
6	Melania Schmidtke	Hotel Punto Cadia	Villa La Arcadia
7	Alejandra Feser	Vecina	Villa La Arcadia
8	Martin Fernandez	Edulis restaurante	Villa La Arcadia
9	Cecilia	El Parador	Huanguelén
10	Rosalía Dukart	Cámara de Comercio	Coronel Suárez
11	Pablo Parotti	Guía Local - Cámara de Comercio	Villa La Arcadia
12	Adriana Rosetti	Guía Local - Grupo Cortaderas	Coronel Suárez
13	Raúl Pérez	Hotel Pillahuinco	Villa La Arcadia
14	Daniel Minig	Casa del Fundador	Santa María
15	Marcelo Beovide	Biblioteca Popular Sarmiento	Coronel Suárez
16	Mercedes Resch	Pulpería La Tranca	Cura Malal

17	Francisco	Hotel Boutique La Casa	Coronel Suárez
----	-----------	------------------------	----------------

Fuente: elaboración propia

JORNADA PARTICIPATIVA DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA - HUANGUELÉN

- Día: 10/05/2022
- Lugar: Parrilla Pa Usted, Huanguelén
- Participantes: 11

Tabla Nº 61. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Huanguelén

	NOMBRE	ENTIDAD	MAIL	CONTACTO
1	Romina Plaza	Laguna Caballo Loco	-	2923-485001
2	Lorena Villar	Cultura	lorenavillar74@hotmail.com	2923542713
3	Ariel Alvarez	Fiesta del Cantor Orillero	comunicaciones.huanguelen@coronelsuarez.gob.ar	(02933)432080/432244
4	Omar Lede	El Parador	-	2923345528
5	Alejandro Cosia	La Tapera del Nono	alejandrocasia@hotmail.com	2923-484948
6	Manuel Guido	Citrus Resto Bar	guidomanuel@hotmail.com	1167357369
7	Miguel Ferreri	Citrus Resto Bar	-	2923437693
8	Armando Kruger	Amigos del parque	-	2923-413303
9	Mariana Vander Tuin	Parrilla Pa'Usted	-	2923-412246
10	Tito Santerre	Parrilla Pa' Usted	-	2923-427595
11	Raúl Schwab	Delegado	-	-

JORNADA PARTICIPATIVA DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA - CORONEL SUÁREZ

- Día: 10/05/2022
- Lugar: Municipalidad, Coronel Suárez
- Participantes: 18

Tabla Nº 62. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Coronel Suárez

	NOMBRE	ENTIDAD	MAIL	CONTACTO
1	José Schaab	Die Volga Fest	-	2926-455249
2	Julieta Colonnella	INTA - Cambio Rural	julietacolonella@gmail.com	2926-413377
3	Fabian González	Empleados de comercio	fgonza@live.com.ar	2926450700
4	José Omar Fogen	Club Germano y Asociación de Alemanes	fogenoscar@gmail.com	2926413637
5	Adriana Haag	Grupo Cortaderas	adrianamas_5@hotmail.com	2923442425
6	Juan Angel Galbarino	Club Piñeyro y Grupo Cortaderas	-	2923-642105
7	Héctor Kowal	Sociedad Italiana	-	1136762055
8	Daniel Schwab	Cámara de Comercio	danirlschwab@gmail.com	2923-642283
9	Rosalía Dukat	Cámara de Comercio	-	11-6538-7312
10	Sebastian Weinbender	Turismo Comunitario Santa María	weinberders@hotmail.com.ar	2926462857
11	Adriana Rosetti	Grupo Cortaderas-Guía	arossetti64@gmail.com	2926-417834
12	Ana Paula Hall	Viento Casa de Arte	vientocasadearte@gmail.com	2926407212
13	Sofía Schmidt	Fundación Raíces	sofiaschmidt3011@gmail.com	2926-456161
14	Nicolás Bengier	Grupo Cortaderas	-	2215-444271
15	Mercedes Resch	La Tranca/Grupo Cortaderas	latranca.curamalal@gmail.com	2923-652059
16	Mario Hinkins	Sociedad Israelí	-	-
17	Mauro Dewald	Restaurante Artemio Gramajo	-	2926-423011
18	Francisco Lavagnino	La Casa Hotel Boutique	lacasahb@gmail.com	2926-459226

JORNADA PARTICIPATIVA DE FORMULACIÓN ESTRATÉGICA - VILLA LA ARCADIA

- Día: 11/05/2022
- Lugar: Ymcapolis, Villa La Arcadia
- Participantes: 11

Tabla Nº 63. Participantes Jornada participativa de formulación estratégica - Villa La Arcadia

	NOMBRE	ENTIDAD	MAIL	CONTACTO
1	Pablo Parotti	Guía de Turismo	pparotti@gmail.com	2914228460
2	Alejandra Feser	Vecina	alejafes@hotmail.com	2916452693
3	Melania Schmidtke	Punto Cadia	-	291 154047149
4	Nilda Santacruz	Dormis Aindarooms	-	1157533320
5	Eduardo Sandulli	Sudaka Cerveza	-	1123090702
6	Verónica Moscatelli	Feria Villa la Arcadia - Taller de cerámica Ver, Creer y Ser	-	291 4615463
7	Marta Rojas	Asociación de Fomento del Barrio Cerro Ceferino	-	-
8	Alejandra Perez	Santa Milonguita	santamilonguitavestime nta@gmail.com	1135815201
9		Ymcapolis	-	0291-4915004
10	Natalia Escribano	Posada y Spa Las Golondrinas	-	(0291)154434630

IMÁGENES DE LAS JORNADAS PARTICIPATIVAS Y ENCUENTROS DE TRABAJO

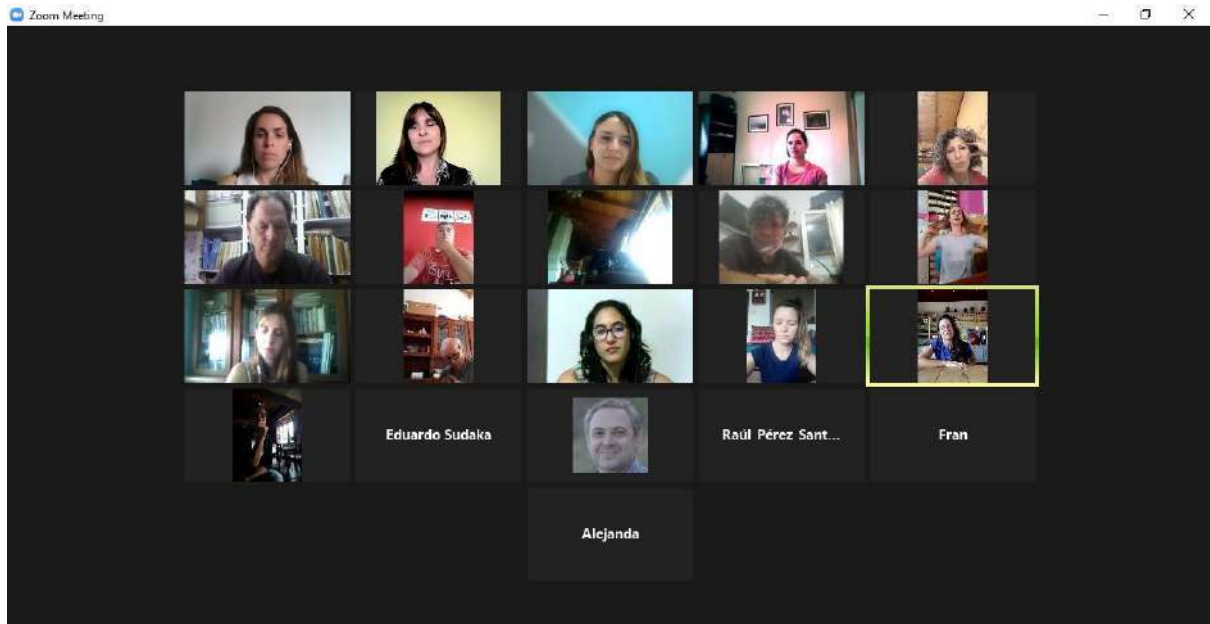


Figura 51. Taller para la consolidación de los productos turísticos/experiencias y su potencial inserción en el mercado - virtual



Figura 52-53. Jornada participativa de formulación estratégica - Huanguelén

Jornada participativa de formulación estratégica - Coronel Suárez



Figura 54-55. Jornada participativa de formulación estratégica - Coronel Suárez

Jornada participativa de formulación estratégica - Villa La Arcadia



Figura 56-57. Jornada participativa de formulación estratégica - Villa La Arcadia

IMÁGENES DE LAS REUNIONES CON AUTORIDADES MUNICIPALES Y COMUNALES

Presentación del Plan

Áreas de Gobierno presentes:

Tabla N° 64. Listado de áreas de gobierno asistentes en la presentación del Plan

ASISTENTE	ÁREA DE GOBIERNO / CARGO
Marcelo Castorina	Dirección de Cultura - Director de Cultura
Magdalena Graff	Subdirección de ambiente / Subdirectora de Ambiente
Mauro Moccero	Jefe de Gabinete
Sofia Ochoteco	Honorable Concejo Deliberante - Concejal
Gaston Duarte	Secretario de gobierno y seguridad
Victoria Cortalezzi	Dirección de Prensa / Directora
Maximiliano Margiotta	Dirección de Educación
Betiana Frank	Comunicaciones

Fuente: elaboración propia



Figura N° 58-59. Áreas de gobierno asistentes en la presentación del Plan

RECOMENDACIONES DE DISEÑO WEB

CLAVES DEL DISEÑO

- Objetivo de difundir las experiencias turísticas que ofrece el destino y estimular al usuario a elegir Coronel Suárez como destino de viaje.
- Navegación sencilla.
- Con backend de fácil administración de contenidos.
- Web responsive.
- Tiempo corto de carga.

MENÚ

EXPERIENCIAS	SERVICIOS	ORGANIZA TU VIAJE	CONTACTO
Turismo Naturaleza Turismo Rural Turismo Cultural Turismo Deportivo	Alojamientos Gastronomía Actividades Agencias de viajes	Cómo llegar (geolocalización) Mapas (para descargar) Agenda Preguntas frecuentes	Dirección de la subdirección de turismo Mail WhatsApp (enlace) Redes sociales

ESTRUCTURA DEL HOME

ENCABEZADO	Menú + Logo Turismo Suárez
PALETA DE FOTOS	<p>Fotos de experiencias concretas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las ya existentes - Las que se trabajaron como eje del Plan Horizonte Suárez - Los eventos culturales y deportivos. <p>Estas fotos se deben poder actualizar permanentemente por el administrador de contenidos del sitio.</p> <p>Las fotos deben vincularse a la página correspondiente a la descripción de la experiencia. Al hacer click en cada imagen el usuario podrá acceder a una descripción o storytelling de la experiencia junto al listado de actividades y servicios que la componen.</p> <p>Debajo tiene que estar la opción de poder acceder al resto de las experiencias invitando a navegar las otras opciones.</p>
MAPA	<p>Mapa interactivo del Partido de Coronel Suárez con referencias a atractivos turísticos y experiencias.</p> <p>Hay que estar atentos a las actualizaciones con google maps o la plataforma que utilicemos para que no se caigan los enlaces.</p>
FOTOS IG	Publicación de fotos seleccionadas que publiquen los usuarios de IG sobre su viaje a Suárez.
PIE	Datos de contacto (txt) + Vínculo Redes sociales (pictos) + Mapa del sitio + Estadísticas (enlace a https://www.coronelsuarez.gob.ar/) + Logo SUÁREZ MUNICIPIO DE TODOS (enlace a https://www.coronelsuarez.gob.ar/)

OTRAS RECOMENDACIONES

Las experiencias auténticas como un diferencial

Más allá de los servicios turísticos, contactos, circuitos, fiestas etcétera, se sugiere dar mayor lugar a las experiencias auténticas diferenciales, que son los atributos que diferencian a Coronel Suárez de otros destinos. Este recurso es un buen atractor para traducir en imágenes y contenido el porqué deberían elegir a Coronel Suárez como destino. En este sentido, se puede trabajar un storytelling que describa la experiencia de inicio a fin, sugiriendo caminos, imperdibles, datos curiosos, o incluso un canal en Spotify con música que acompañe durante la experiencia.

El uso de contenido audiovisual

Se recomienda llevar a cabo sesiones de fotografías y vídeo de alta calidad para mostrar las experiencias, que se centren en los segmentos a los cuales se desea llegar, es decir: mostrar a familias, amigos, parejas realizando distintas actividades, siendo parte de la acción. De esta manera es más fácil que el usuario se identifique con lo que está viendo y sienta que también quiere vivir esa experiencia. Cabe destacar que el contenido audiovisual tiene que prevalecer por sobre el texto.

Evaluación de la usabilidad y accesibilidad

Se recomienda llevar adelante periodos de evaluación de usabilidad con prestadores, turistas, vecinos previo a la publicación del sitio web. Estas evaluaciones buscarán identificar si la página es de fácil navegación, si el dialecto utilizado es claro, en cuántos pasos o clicks se llega a determinada información, entre otros.

Textos

Si se trata de textos largos, se recomienda utilizar el recurso de la letra en **negrita** o en color para captar el interés del lector. La redacción debe invitar a realizar la experiencia.

Una página activa

Teniendo en cuenta la estacionalidad y el calendario de eventos, se sugiere cambiar las fotografías y textos de la portada. Esto da como resultado una web dinámica en donde siempre se muestra que están pasando cosas nuevas en el destino todo el año.



PLAN
HORIZONTES **SUÁREZ**

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO SUSTENTABLE DE CORONEL SUÁREZ

INFORME FINAL
MAYO 2022



CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

SUÁREZ
municipiodetodos



ESTUDIO
SINGERMAN & MAKÓN
ECONOMÍA Y TURISMO